ESTUDIO DEL SECTOR

Estudio de Sector que soporta el proceso para contratación cuyo objeto es la prestación del servicio logístico para la implementación de iniciativas de turismo al barrio e iniciativas de turismo rural de conformidad a los proyectos de la Secretaria de Turismo en la comuna 20 y los corregimientos de Pichinde, Villa Carmelo y Felidia de conformidad a los proyectos de la Secretaría de Turismo Distrito de Santiago de Cali, según las fichas BP-26004111, BP-26004109, BP-26004106, BP-26004089".

Tabla de contenido

1. Introducción 3
2. Aspectos generales de mercado 3
2.1. Aspectos económicos 4
2.2. El turismo en general 12
2.3. Aspectos técnicos
2.4. Aspectos regulatorios 31
3. Análisis de la Demanda 32
3.1. Procesos de Contratación anteriores del Municipio de Cali 37
3.2. Análisis de Procesos de otras Entidades Estatales 39
3.3. Análisis de los Procesos de Contratación identificados 43
a) Modalidad de Contratación 43
b) Plazo del contrato 43
c) Garantías exigidas 43
d) Forma de pago 44
e) Experiencia exigida al proveedor 45
f) Especificaciones o requisitos técnicos relevantes 45
g) Criterios de evaluación 45
3.4. Aspectos técnicos de la demanda 46
3.4.1. Caracterización de prestadores de servicios turísticos 47
3.4.2. Capacitaciones 47
3.4.3. Mejoramiento y señalización de las Rutas Turísticas 47
3.5. Clasificación UNSPSC 48
3.6. Especificaciones técnicas relevantes del bien o servicio a contratar 49
4. Análisis de la Oferta 55
4.1. Aspectos Técnicos de la oferta 55
4.2. Proveedores 56
4.3. Análisis Financiero 58
4.4. Índice de Liquidez 59
4.5. Índice de Endeudamiento 59
4.6. Razón de cobertura de intereses 59
4.7. Rentabilidad del activo (ROA) 60
4.8. Rentabilidad del patrimonio (ROE) 60
4.9. Análisis de precios 60

ESTUDIO DEL SECTOR

5. Conclusiones 64

ESTUDIO DEL SECTOR

1. Introducción

La función de compras debe estar orientada a satisfacer las necesidades del Distrito obteniendo el mayor valor por los recursos públicos asignados. Para cumplir con este objetivo, la Secretaría de Turismo debe conocer claramente cuál es su necesidad y determinar la mejor manera en que el mercado puede satisfacerla.

En este sentido, el Artículo No. 2.2.1.1.1.6.1. Del Decreto 1082 de 2015, estableció como deber de las entidades estatales elaborar el análisis de sector durante la etapa de planeación de un proceso de contratación pública, el cual busca orientar a la Entidad Estatal en la definición de requisitos habilitantes y técnicos de su proceso, así como en la caracterización de su mercado e identificación de posibles riesgos del proceso de contratación.

De acuerdo con lo anterior, el presente documento contiene los resultados del análisis del sector realizados por la entidad para la contratación del servicio de operador logístico para la implementación de las iniciativas de turismo al barrio en diferentes comunas y corregimientos de Santiago de Cali en desarrollo de las fichas BP-26004111, BP-26004109, BP-26004106, BP-26004089, buscando la mejor inversión de los recursos públicos en términos de economía, eficiencia y eficacia.

En este orden de ideas, en el presente documento presenta el estudio del sector para la contratación con el fin de establecer y orientar la modalidad de selección a aplicar, la identificación de los posibles oferentes que pueden satisfacer la necesidad y los riesgos sujetos de mitigación por parte de la Entidad.

2. Aspectos generales de mercado

Es importante revisar el comportamiento de la economía a nivel regional, nacional y del sector turístico en general, segmento en el cual se centra la razón de contratación del servicio requerido por la Secretaría de Turismo del municipio de Santiago de Cali, que pueda recibir apoyo en la implementación de las iniciativas de turismo al barrio y rural en la comuna 20 y los corregimientos Pichinde, Villa Carmelo y Felidia. El cual se describe a continuación. Se usan fuentes con información disponible desde el año 2019 hasta el año 2021, puesto que es la información actualizada con la que cuenta el organismo.

ESTUDIO DEL SECTOR

2.1. Aspectos económicos

La Secretaria de Turismo del Distrito de Santiago de Cali, mediante el análisis del sector que se está realizando, revisa algunos factores y variables económicas que puedan afectar el entorno y funcionamiento de las Empresas y el sector económico al que pertenecen, en cuanto a oportunidades de aumentar beneficios que ofrecen, como también conocer la estructura del sector en que se mueve, ya que ello influirá en competencias y rentabilidad.

El proceso que se adelanta pertenece al sector servicios o sector terciario el cual engloba las actividades relacionadas con los servicios no productores o transformadores de bienes materiales.
Los servicios son actividades que satisfacen necesidades por eso es importante revisar esta economía, ya que emplea una enorme cantidad de mano de obra, y se diferencia del sector secundario y primario en que requieren bienes de capital para su desarrollo.

La medición y el análisis del comportamiento del sector son instrumentos claves en el diseño de políticas económicas y en la elaboración de planes y programas gubernamentales. Por ende, las estadísticas derivadas de la inversión en el sector antes mencionado, resulta indispensable para la correcta toma de decisiones de las autoridades públicas y del público en general, a continuación, se revisan cifras estadísticas y económicas que intervienen en la economía del proceso que adelanta.

De acuerdo a lo establecido con la estructura detallada de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme adaptada para Colombia - CIIU Rev. 4 AC, la realización de eventos empresariales es un servicio que se encuentra ubicado en el sector de “Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades de apoyo a las empresas”, bajo el código CIIU 8230, como “Organización de convenciones y eventos comerciales”.

2.1.1. Producto Interno Bruto - PIB[1]

En el tercer trimestre de 2021, el Producto Interno Bruto, en su serie original, crece 13,2% respecto al mismo periodo de 2020. Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 33,8% (contribuye 5,7 puntos porcentuales a la variación anual).
- Industrias manufactureras crece 18,8% (contribuye 2,4 puntos porcentuales a la variación anual).
- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 8,0% (contribuye 1,4 puntos porcentuales a la variación anual).

[1] https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/pib-informacion-tecnica

ESTUDIO DEL SECTOR

En lo corrido del año 2021, respecto al mismo periodo del año anterior, el Producto Interno Bruto presenta un crecimiento de 10,3%. Esta variación se explica principalmente por:

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 21,8% (contribuye 3,8 puntos porcentuales a la variación anual).
- Industrias manufactureras crece 18,4% (contribuye 2,2 puntos porcentuales a la variación anual).
- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 7,0% (contribuye 1,2 puntos porcentuales a la variación anual).

Figura 1. Producto interno bruto para Colombia 2015 – 2021

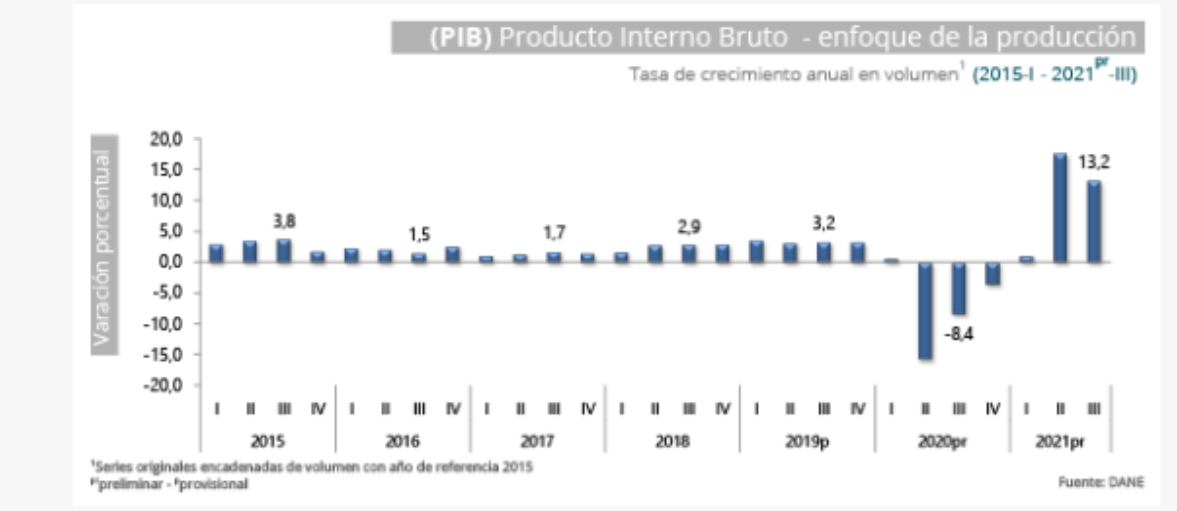


Tabla 1 Valor agregado por actividad económica - Tasas de crecimiento en volumen 1 del tercer trimestre 2021pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2021pr- III / 2020pr-III	2021pr / 2020pr	2021pr - III / 2021pr - II
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	1,3	2,3	-1,1
Explotación de minas y canteras	4,1	-2,2	-0,2
Industrias manufactureras	18,8	18,4	13,2
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[2]	7,4	5,0	3,7
Construcción	0,8	2,7	-1,6
Comercio al por mayor y al por menor[3]	33,8	21,8	15,6
Información y comunicaciones	13,2	8,7	3,6
Actividades financieras y de seguros	2,1	3,4	0,8
Actividades inmobiliarias	2,0	2,0	0,5
Actividades profesionales, científicas y técnicas[4]	12,4	9,4	5,3
Administración pública, defensa, educación y salud[5]	8,0	7,0	1,9
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[6]	32,0	34,6	-3,7
Valor agregado bruto	**12,8**	**10,0**	**6,0**
Total impuestos menos subvenciones sobre los productos	17,0	13,5	3,0
Producto Interno Bruto	**13,2**	**10,3**	**5,7**

Fuente: DANE, Cuentas nacionales

2.1.2 Valor agregado por actividad económica- Actividades profesionales, científicas y técnicas[2]

En el tercer trimestre de 2021pr, el valor agregado de las actividades profesionales, científicas y técnicas; y actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 12,4% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2020pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos:

- Actividades profesionales, científicas y técnicas crece 11,4%.
- Actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 13,2%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada de efecto estacional y calendario, el valor agregado de las actividades profesionales, científicas y técnicas; y actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 5,3%, explicado por:

- Actividades profesionales, científicas y técnicas crece 3,1%.
- Actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 3,6%.

[2] https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IIItrim21_producion_y_gasto.pdf

Tabla 2. Actividades profesionales, científicas y técnicas
Tasas de crecimiento en volumen.
Tercer trimestre 2021pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2021pr- III / 2020pr-III	2021pr / 2020pr	2021pr - III / 2021pr - II
Actividades profesionales, científicas y técnicas	11,4	8,3	3,1
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	13,2	10,3	3,6
Actividades profesionales, científicas y técnicas[1]	**12,4**	**9,4**	**5,3**

Fuente: DANE, Cuentas nacionales

2.1.3 Valor agregado por actividad económica- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios.[3]

En el tercer trimestre de 2021pr, el valor agregado de las 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 32,0% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2020pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos:

- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios crece 34,3%.
- 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 22,4%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada de efecto estacional y calendario, el valor agregado de las 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 decrece un 3,7% explicado por:

- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios decrece 2,6%.
- 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%.

[3] https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IIItrim21_producion_y_gasto.pdf

Tabla 3. Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios
Tasas de crecimiento en volumen.
Tercer trimestre 2021[pr]

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2021[pr]- III / 2020[pr]-III	2021[pr] / 2020[pr]	2021[pr] - III / 2021[pr] - II
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios	34,3	40,5	-2,6
Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores[3]	22,4	13,5	1,4
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades[1]	**32,0**	**34,6**	**-3,7**

Fuente: DANE, Cuentas nacionales
[pr] preliminar

Las cifras anteriores presentadas por el DANE, nos indica los cambios de corto plazo del PIB que ha tenido en cada una de las actividades económicas, lo que permite analizar el mercado o los sectores para la toma de decisiones del Gobierno, los gremios, las Empresas y público en general.

Dentro de las medidas que tomó el Gobierno Nacional, declarando el Estado de Emergencia, Social y Ecológica en todo el territorio nacional, con el fin de hacer frente a las circunstancias imprevistas y detonantes en lo relacionado a la salud pública y la crisis económica y social generada por la pandemia del “coronavirus COVID-19”, y teniendo en cuenta la leve reactivación económica, podemos decir con las cifras consultadas en el DANE, en el año 2021 crece 13,2% en comparación con el mismo año del 2020.

2.1.4 Comportamiento de la variación mensual del IPC según divisiones y subclases[4]

Teniendo en cuenta que el proceso que se adelanta es responsabilidad de la Secretaría de Turismo del Distrito de Santiago de Cali, es importante consultar el comportamiento de los indicadores de precios al consumidor con el fin de conocer las actuaciones de ciertas divisiones después de la leve reactivación económica. A la fecha del estudio el último boletín emitido por el DANE es el del mes de noviembre de 2021.

En el mes de diciembre de 2021, el IPC registró una variación anual de 5,62% en comparación con diciembre de 2020. En el último año, las divisiones Alimentos y bebidas no alcohólicas (17,23%), Restaurantes y hoteles (8,83%) y transporte (5,69%) se ubicaron por encima del promedio nacional (5,62%). Entre tanto, las divisiones de bebidas alcohólicas (4,60%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (4,34%), Bienes y servicios diversos (4,19%), Salud

[4] https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_dic21.pdf

(3,98%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (3,68%), Educación (2,76%), Recreación y cultura (1,04%), Prendas de vestir y calzado (-2,60%) y, por último, Información y comunicación (-12,10%) se ubicaron por debajo del promedio nacional.

Tabla 4. IPC Variación y contribución anual según divisiones de gasto

.

Diciembre 2020 - 2021

		2020		2021	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	4,80	0,74	17,23	2,73
Restaurantes Y Hoteles	9,43	3,43	0,32	8,83	0,85
Transporte	12,93	1,35	0,17	5,69	0,73
TOTAL	100,00	1,61	1,61	5,62	5,62
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	2,61	0,05	4,60	0,08
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	-0,96	-0,04	4,34	0,18
Bienes Y Servicios Diversos	5,36	2,52	0,13	4,19	0,22
Salud	1,71	4,96	0,08	3,98	0,07
Alojamiento, Agua, Electricidad, Gas Y Otros Combustibles	33,12	1,81	0,60	3,68	1,22
Educación	4,41	-7,02	-0,32	2,76	0,11
Recreación Y Cultura	3,79	0,68	0,03	1,04	0,04
Prendas De Vestir Y Calzado	3,98	-3,94	-0,15	-2,60	-0,09
Información Y Comunicación	4,33	-0,10	0,00	-12,10	-0,51

Fuente: DANE, IPC.

Los mayores aportes a la variación anual se registraron en las divisiones de: Alimentos y bebidas no alcohólicas, Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, Restaurantes y hoteles, las cuales en conjunto contribuyeron con 4,79 puntos porcentuales al acumulado anual de dicha variación.

2.1.5 Evolución año corrido de la balanza de pagos.

- Resultados Globales.

De acuerdo al banco de la república[5], el déficit corriente de la balanza de pagos del país estimado en US$12,594 millones (m) para el periodo enero – septiembre de 2021 fue superior en US$6,103 m al de un año atrás. Como proporción del PIB a septiembre, se estima que el déficit fue de 5,5%, mayor en 2,2 puntos porcentuales (pp.) al estimado un año antes. Teniendo en cuenta que la tasa de cambio no presentó una variación significativa entre estos dos períodos, este incremento (2,2 pp.) se originó en el aumento en dólares del déficit corriente (3,1 pp.), compensando parcialmente por el crecimiento del PIB nominal (0,9 pp.).

[5] https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/ibp_ene_sep_2021.pdf

ESTUDIO DEL SECTOR

Tabla 5. Balanza de pagos Colombia.

	2020 (ene-sep) (p)		2021 (ene-sep) (p)		Variación (US$ millones)
	US$ millones	% del PIB	US$ millones	% del PIB	
Cuenta Corriente	-6,492	-3.3%	-12,594	-5.5%	6,103
Cuenta Financiera incluyendo variación de reservas internacionales	-5,589	-2.9%	-12,086	-5.3%	6,498
Errores y omisiones	903		508		
MEMO ITEM:					
Cuenta Financiera sin variación de reservas internacionales	-8,213	-4.2%	-12,605	-5.5%	4,392
Variación de reservas internacionales	2,624		519		-2,105

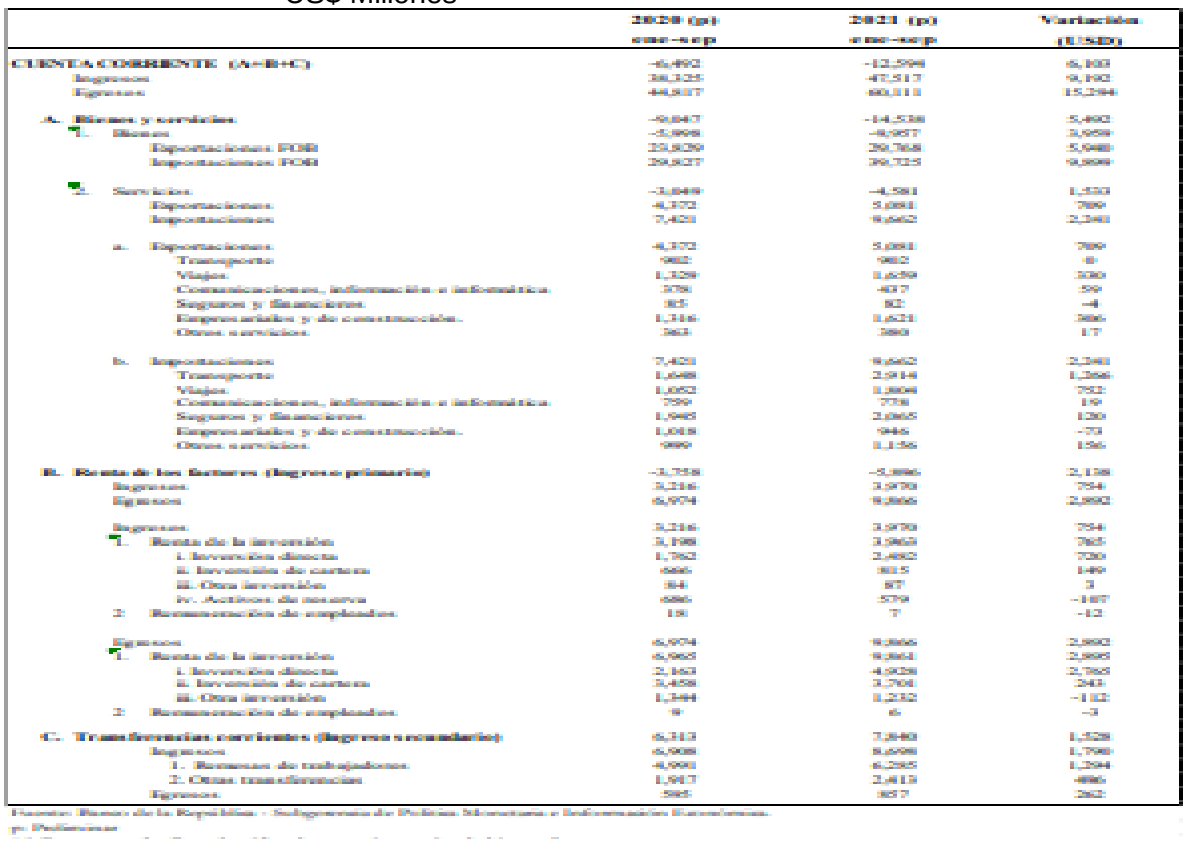
Fuente: Banco de la República - Subgerencia de Política Monetaria e Información Económica.
p: Preliminar

- Cuenta Corriente.

Por componentes de la balanza de pagos, el déficit corriente del país entre enero y septiembre de 2021 (US$ 12,594m) se origina en los balances deficitarios de los rubros de comercio exterior de bienes (US$ 9,957m), de renta de los factores (US$ 5,896m), y del comercio exterior de servicios (US$ 4,581m). Estos resultados fueron compensados parcialmente por los ingresos netos de transferencias corrientes (US $7,840m).
En comparación con lo ocurrido un año antes, el balance deficitario de la cuenta corriente aumentó US $6,103 m. explicado por la ampliación del déficit comercial de bienes (US $3,959 m) y, en menor medida, por los incrementos en los egresos netos del rubro renta de los factores (US $2,138 m) y en el déficit de la balanza de servicios (US$ 1,533 m). Por su parte, los ingresos netos por transferencias corrientes aumentaron en US$ 1,528 m.

ESTUDIO DEL SECTOR

Cuadro 1. Balanza de pagos de Colombia – Cuenta Corriente
US$ Millones



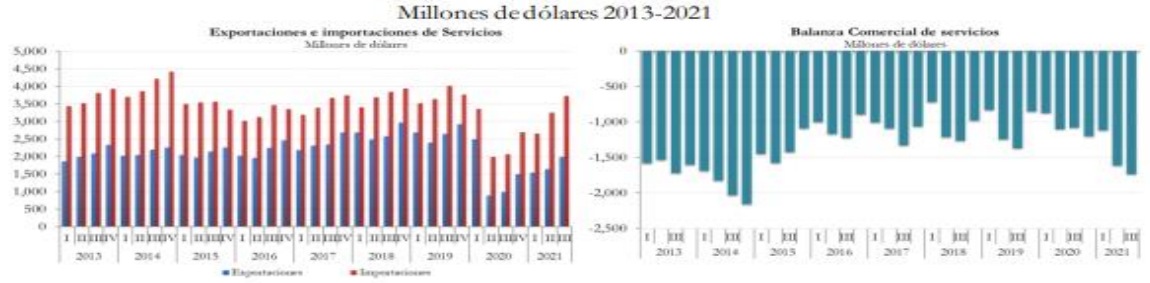
	2020 (p): ene-sep	2021 (p): ene-sep	Variación (USD)
CUENTA CORRIENTE (A+B+C)	-6,492	-12,594	6,103
Ingresos	38,325	47,517	9,192
Egresos	44,817	60,111	15,294
A. Bienes y servicios	-9,047	-14,538	5,490
1. Bienes	-5,998	-8,957	3,959
Exportaciones FOB	23,839	29,788	5,948
Importaciones FOB	29,837	38,745	8,908
2. Servicios	-3,049	-4,581	1,533
Exportaciones	4,372	5,081	709
Importaciones	7,421	9,662	2,241
a. Exportaciones	4,372	5,081	709
Transporte	982	982	0
Viajes	1,329	1,659	330
Comunicaciones, información e informática	378	437	59
Seguros y financieros	85	82	-4
Empresariales y de construcción	1,316	1,621	306
Otros servicios	363	380	17
b. Importaciones	7,421	9,662	2,241
Transporte	1,648	2,914	1,266
Viajes	1,052	1,804	752
Comunicaciones, información e informática	759	778	19
Seguros y financieros	1,945	2,065	120
Empresariales y de construcción	1,018	946	-73
Otros servicios	999	1,156	156
B. Renta de los factores (Ingreso primario)	-3,758	-5,896	2,138
Ingresos	3,216	3,970	754
Egresos	6,974	9,866	2,892
Ingresos	3,216	3,970	754
1. Renta de la inversión	3,198	3,963	765
i. Inversión directa	1,762	2,482	720
ii. Inversión de cartera	686	835	149
iii. Otra inversión	84	87	3
iv. Activos de reserva	686	579	-107
2. Remuneración de empleados	18	7	-12
Egresos	6,974	9,866	2,892
1. Renta de la inversión	6,965	9,861	2,895
i. Inversión directa	2,163	4,928	2,765
ii. Inversión de cartera	3,458	3,701	243
iii. Otra inversión	1,344	1,232	-112
2. Remuneración de empleados	9	6	-3
C. Transferencias corrientes (Ingreso secundario)	6,313	7,840	1,528
Ingresos	6,908	8,698	1,790
1. Remesas de trabajadores	4,991	6,285	1,294
2. Otras transferencias	1,917	2,413	496
Egresos	595	857	262

Fuente: Banco de la República - Subgerencia de Política Monetaria e Información Estadísticas.
p: Preliminar

- Comercio exterior de servicios.

Durante el periodo enero – septiembre del presente año el comercio exterior de servicios de Colombia presentó un balance deficitario de US $4,581 m, resultado de exportaciones por US $5,081 m e importaciones por US $9,662 m. el déficit de la balanza de servicios fue superior en 50.3% al de un año atrás (US $3,049 m).

Figura 2. Comercio exterior de servicios.



Fuente: Banco de la República.

Las exportaciones de servicios en el periodo de análisis aumentaron anualmente US $709 m, originado en las mayores ventas de servicios modernos (US $385 m, 21%) y de servicios tradicionales (US $330 m, 15%). Cabe señalar, que durante 2021 el crecimiento exportador de los servicios tradicionales está asociado con el mayor número de viajeros internacionales que arribaron al país.

Por su parte, entre enero y septiembre de 2021, las importaciones aumentaron US $2,241 m debido principalmente al incremento de los servicios tradicionales en US $2,019 m (75%), tendencia jalonada por el incremento de los servicios de transporte de carga (US $1,109 m). Esta dinámica se explica por la escasez de contenedores que ha incrementado las tarifas de transporte marítimo y por el mayor volumen importado. Los servicios modernos aumentaron en US$ 89 m (3%), en los que se destacan los mayores pagos por servicios de informática.

○ 2.2. El Turismo en General

Según barómetro de la OMT[6], el turismo mundial experimenta un repunte en el tercer trimestre de 2021, pero la recuperación sigue siendo frágil después de la primera mitad de 2021, el turismo internacional se recuperó moderadamente durante la temporada de verano del hemisferio norte impulsando los resultados para el tercer trimestre del año, especialmente en Europa. Las llegadas de turistas internacionales que pernoctan aumentaron un 58% en julio – septiembre de 2021 en comparación con el mismo periodo de 2020. Sin embargo, se mantuvieron un 64% por debajo de los niveles de 2019. Tanto en agosto como en septiembre de 2021, las llegadas alcanzaron un -63% en comparación con 2019, los mejores resultados mensuales desde el inicio de la pandemia.

Los datos sobre ingresos y gastos del turismo internacional muestran una mejora similar en el tercer trimestre de 2021. El aumento de la demanda durante el tercer trimestre de 2021 fue impulsado por una mayor confianza de los viajeros en medio de un rápido progreso en las vacunas y la flexibilización de las restricciones de entrada en muchos destinos. En enero – septiembre de 2021, las llegadas internacionales a todo el mundo fueron un 20% más bajas que en el mismo periodo en 2020 pero aún un 76% por debajo de los niveles de 2019.

América registró los resultados más sólidos en los primeros nueve meses de 2021, con un aumento del 1% en las llegadas en comparación con 2020, pero aun un 65% por debajo de los niveles de 2019. Europa experimentó una disminución del 8% en comparación con 2020, que es un 69% por debajo de 2019. En Asia y el pacifico, las llegadas estuvieron un 95% por debajo de los niveles de 2019, ya que muchos destinos permanecieron cerrados a los viajes no esenciales. África y Oriente Medio registraron caídas del 77% y 82% respectivamente en comparación con 2019.

A pesar de la mejora en el tercer trimestre del año, el ritmo de recuperación sigue siendo lento y desigual en las regiones del mundo debido a diversos grados de restricciones de movilidad, tasas de vacunación y confianza de los viajeros. Según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), se espera que las llegadas de turistas internacionales se mantengan entre un 70% y un 75% por debajo de los niveles de 2019 en 2021, una disminución similar a la de 2020. Los ingresos por

[6] https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2021.19.1.6

exportaciones del turismo internacional podrían alcanzar entre 700 y 800 mil millones de dólares en 2021, una pequeña mejora con respecto a 2020, pero menos de la mitad de los 1,7 billones de dólares registrados en 2019. La contribución económica directa del turismo se estima en US $1,9 billones en 2021 (medido en producto interno bruto directo del turismo) muy por debajo del valor pre pandémico de US $3,5 billones.

La reanudación segura del turismo internacional seguirá dependiendo de una respuesta coordinada entre los países sobre restricciones de viaje, protocolos armonizados de salud e higiene y una comunidad eficaz.

La actual situación por el COVID-19 ha puesto en peligro la economía mundial, por ello teniendo en cuenta las recomendaciones como las de la ONU y con los objetivos que la Secretaría de Turismo de Santiago de Cali se ha propuesto, la necesidad de contratar la implementación de una estrategia de promoción de la oferta turística de Cali como destino turístico que permita un acercamiento clave en mercados nacionales e internacionales.

Con el proceso que se adelanta, se busca seguir posicionando a Cali como un importante destino turístico de Colombia, por ello se hace necesario fortalecer la promoción de la oferta y los productos turísticos, generando estrategias que permitan mostrar toda la infraestructura turística disponible, ya que por su vocación, características geográficas, diversidad cultural, paisajística, biodiversidad, además de las actividades académicas, culturales, deportivas y el ya reconocido turismo de reuniones, la ciudad de Cali debe de posicionarse como un destino atractivo tanto para el mercado nacional como para el internacional.

Cali puede destacarse entre los mejores destinos del País y del Mundo para visitar, en la medida que se establezcan estrategias innovadoras que permitan participar en diferentes ferias y eventos en los que se alcance un relacionamiento clave y estratégico con actores y audiencias determinadas.

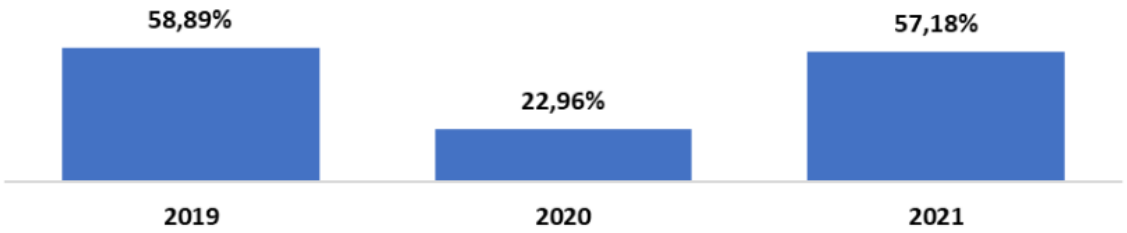
2.2.1. Sector turístico nacional

El sector de alojamiento y hospedaje en Colombia continúa en senda de recuperación, impulsado por un turismo interno fortalecido. La semana de receso escolar, los puentes festivos y la reactivación del turismo de negocios y eventos han impulsado la recuperación de los indicadores de este segmento de la economía.
Según el informe de indicadores hoteleros que publica mensualmente Cotelco[7], la ocupación hotelera nacional para octubre de 2021 fue de 57,18%, superior al dato 22,96% registrado en el mismo mes de 2020 pero inferior en 17,1% al indicador logrado en octubre de 2019, periodo en el cual la relación de habitaciones ocupadas con respecto a la oferta total fue de 58,89%.

[7] https://www.cotelco.org/noticias/ocupaci%C3%B3n%20octubre

ESTUDIO DEL SECTOR

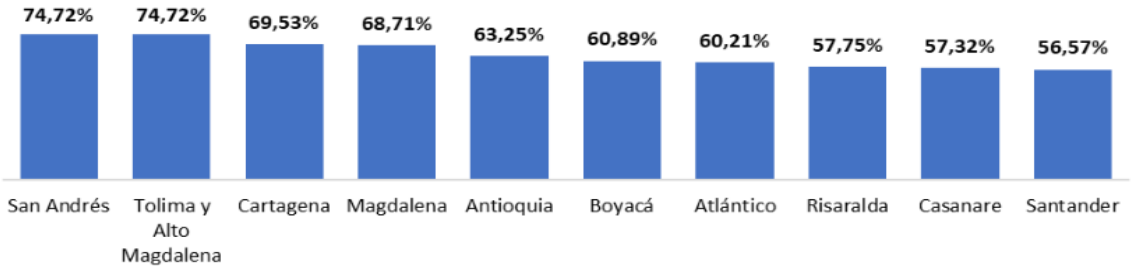
Figura No.2 Ocupación hotelera



Fuente: Sistema de Información Hotelero - SIH de Cotelco

La dinámica del sector de alojamiento y hospedajes en Colombia ha mostrado una tendencia favorable en el segundo semestre del año por lo que ahora podemos decir que nos encontramos en una fase de recuperación luego de alcanzar pérdidas cercanas a los 12 billones de pesos como consecuencia de la pandemia del Covid19. Este buen desempeño está explicado por una demanda interna muy fortalecida que ha permitido alcanzar altas ocupaciones en fines de semana, puentes festivos y semana de receso, lo que se suma a la reactivación del segmento de turismo de negocios y eventos que también ha ayudado a aumentar los indicadores en ciudades como Bogotá, Cali y Medellín. De seguir consolidándose estos resultados, el gremio es optimista en que el sector logre una recuperación del flujo de caja para compensar las pérdidas generadas por la pandemia en una ventana de tiempo que va hasta el segundo semestre de 2022.

Figura No.3 Destinos con mayor ocupación – octubre de 2021



Fuente: Sistema de Información Hotelero - SIH de Cotelco

El principal motivo de viaje de los extranjeros no residente en Colombia en 2021 es el turismo con un 72% de participación, seguido de negocios con un 3%, eventos 2% y tratamiento médico 1%. El Turismo creció un 56% comparado con el mismo periodo del año 2020 y decreció un -58% comparado con el año 2019.

Cuadro No.2 Motivo de viaje extranjeros a Colombia

Motivo de viaje Extranjeros a Colombia				
	2019	2020	2021	% var 2020-2021
Turismo	2.594.812	696.391	1.089.654	56%
Negocios	309.720	59.493	46.494	-22%
Eventos	95.727	20.839	33.972	63%
Tratamiento Medico	23.847	7.759	16.652	115%
Turismo y Trabajo	14.512	4.035	5.635	40%
Otros	948.827	211.974	329.403	55%
Totales	**3.987.445**	**1.000.491**	**1.521.810**	**52%**

Fuente Migración Colombia – elaboración propia

2.2.2. Características del sector turístico local

El turismo constituye uno de los principales motores para el desarrollo de muchos países, a través del ingreso de divisas y la creación de empleo. Actualmente el turismo aporta el 5% de las exportaciones de servicios mundiales, En Colombia en el periodo enero – septiembre, los servicios representan el 17% (US$5.081 millones) de las exportaciones totales que ascendieron a US$29.768 millones del 2021.

Durante el periodo enero – septiembre de 2021 el Turismo representó US$2.561 millones en la cuenta de viajes y transporte con un crecimiento del 14,7% con respecto al mismo periodo de 2020. Fuente Banco de la República[8] - Cálculos BP. Cifras.

Figura No.4. Exportaciones de servicios de la cuenta de viajes y transporte de pasajeros*.

[8] https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/ibp_ene_sep_2021.pdf

ESTUDIO DEL SECTOR

Cuadro 2
BALANZA DE PAGOS DE COLOMBIA
CUENTA CORRIENTE
US$ Millones

	2020 (p) ene-sep	2021 (p) ene-sep	Variación (USD)
CUENTA CORRIENTE (A+B+C)	-6,492	-12,594	6,103
Ingresos	38,325	47,517	9,192
Egresos	44,817	60,111	15,294
A. Bienes y servicios	-9,047	-14,538	5,492
1. Bienes	-5,998	-9,957	3,959
Exportaciones FOB	23,829	29,768	5,940
Importaciones FOB	29,827	39,725	9,899
2. Servicios	-3,049	-4,581	1,533
Exportaciones	4,372	5,081	709
Importaciones	7,421	9,662	2,241
a. Exportaciones	4,372	5,081	709
Transporte	902	902	0
Viajes	1,329	1,659	330
Comunicaciones, información e informática	378	437	59
Seguros y financieros	85	82	-4
Empresariales y de construcción.	1,316	1,621	306
Otros servicios	363	380	17

Fuente: Banrepublica. Elaboración propia

Durante los primeros nueve meses de 2021 por concepto de IED (inversión extranjera directa) se recibieron US $7,160 m (3.1% del PIB a septiembre), monto superior en US $1,770 m (32.8%) a lo recibido en el 2020. La distribución por actividad económica de la IED recibida en este periodo fue de la siguiente: servicios financieros y empresariales (25%), transporte y comunicaciones (20%), industria manufacturera (16%), minería y petróleo (12%), comercio y hoteles (8%), electricidad (7%), y el resto de sectores (12%).

Por tipo de aporte capital, se estima que del total de ingresos recibidos por IED en el periodo enero – septiembre de 2021, el 36% correspondió a nuevas participaciones de capital, el 32.8% a reinversión de utilidades entre empresas con relaciones de inversión directa.

Tabla No.6 Flujo neto de inversión extranjera directa en Colombia – ene – sept 2021

FLUJO NETO DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN COLOMBIA - BALANZA DE PAGOS
Millones de dólares

		2020 p ene-sep	2021 p ene-sep	Variación US m
I. Flujo neto de Inversión Extranjera Directa en Colombia (A+B+C)		**5,390**	**7,160**	1,770
A.	Participaciones de capital	2,493	2,579	86
B.	Reinversión de utilidades	993	2,347	1,354
C.	Instrumentos de deuda	1,904	2,235	330

Fuente: Banco de la República, Balanza de Pagos, Sector Externo.

- Empleo

Según cifra del DANE[9], la tasa de desempleo en Colombia para el mes de diciembre de 2021 fue de 11,0%, lo que significó una disminución de 2,4 puntos porcentuales frente al mismo mes del año 2020 (13,4%). La tasa global de participación se ubicó en 59,8% y la tasa de ocupación en 53,2%. En el mismo mes del año estas tasas fueron 61,7% y 53,4% respectivamente. La tasa de desempleo en Cali fue del 17,3%, una cifra inferior a la reportada en 2020, que fue de 20,4%.

Las ramas que más aportaron positivamente a la variación de la población ocupada fueron Comercio y reparación de vehículos; Construcción y Alojamiento y servicios de comida con 1,7, 0,8 y 0,8 puntos porcentuales respectivamente.

Figura No.5. Tasa global de participación, ocupación y desempleo
Total, nacional
Diciembre (2020–2021)



9 https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_dic_21.pdf

- Flujos migratorios [10]

El flujo de visitantes extranjeros no residentes a Colombia ha tenido un crecimiento importante durante los últimos años entre los periodos comprendidos 2014 y 2018, con un incremento del 16% y 24% respectivamente, caso contrario con el periodo comprendido 2019 y 2020 con un decrecimiento del -4% y -75% respectivamente, y su principal motivo de este decrecimiento es por la emergencia sanitaria de Covid-19 que se viene presentando desde el mes de marzo de 2020. Y como podemos observar en el cuadro 3 en el año 2021, el comportamiento de los visitantes extranjeros no residentes tiene un panorama optimizador comprado con el año 2020, considerando que el país sigue con la emergencia sanitaria de Codiv-19 y adicionalmente las protestas sociales presentas en el mes de mayo de 2021.

Cuadro No.3 Histórico visitantes extranjeros no residentes en Colombia 2013 – 2021.

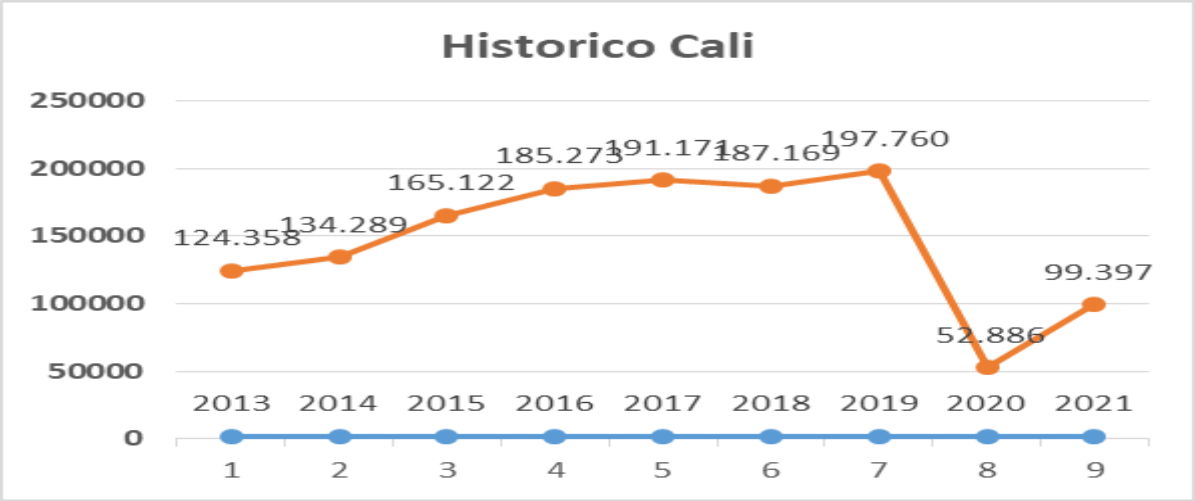
Historico Visitantes Extranjeros no Residentes					
Año	**Cali**	**Crecimiento Anual**	**Colombia**	**Crecimiento Anual**	**Participacion Cali**
2013	124.358		1.832.098		6,8%
2014	134.289	8%	2.051.918	12%	6,5%
2015	165.122	23%	2.387.463	16%	6,9%
2016	185.273	12%	2.699.257	13%	6,9%
2017	191.171	3%	3.344.816	24%	5,7%
2018	187.169	-2%	4.151.565	24%	4,5%
2019	197.760	6%	3.987.445	-4%	5,0%
2020	52.886	-73%	1.000.560	-75%	5,3%
2021	99.397	88%	1.521.810	52%	6,5%

Fuente: Migración Colombia. Cálculos propios.

Santiago de Cali por su parte tuvo un crecimiento importante de visitantes extranjeros no residentes en Colombia en los años 2015, 2016, 2017 y 2019, con un 23%, 12%, 3% y 6% respectivamente. Caso contrario con el año 2020 que decreció significativamente en un -73% su principal motivo de este decrecimiento es por la emergencia sanitaria de Covid-19 que se viene presentando desde el mes de marzo de 2020, pero comparado con el año 2021 crece un 88% aun estando en la emergencia sanitaria por Covid-19, y teniendo en cuenta las pasadas protestas sociales vividas desde el 28 de abril de 2021 con casi dos meses de paro nacional en especial el distrito de Santiago de Cali. Ver figura 7

[10] https://public.tableau.com/app/profile/migraci.n.colombia/viz/FlujosMigratorios-2021/Inicio

Figura No.6 Comportamiento visitantes extranjeros a Cali 2013 - 2021



Fuente: Migración Colombia. Cálculos propios.

Las principales ciudades visitadas por los extranjeros no residentes en Colombia durante el año 2021 son en primer lugar Bogotá con 599.058 (39,36%), seguido de Medellín 275.819 (18,12%), Cartagena 198.004 (13,01%) y Cali 99.397 (6,53%).

Cuadro 4. Ciudades principales de los visitantes extranjeros.

Ciudad	2021	2020	Var 21/20	% Participación 2021
Bogotá	599.058	414.947	44,37%	39,36%
Medellín	275.819	140.143	96,81%	18,12%
Cartagena	198.004	159.589	24,07%	13,01%
Cali	99.397	52.886	87,95%	6,53%
Barranquilla	61.217	29.351	108,57%	4,02%
Cucuta	46.612	35.706	30,54%	3,06%
San Andrés	19.669	25.836	-23,87%	1,29%
Santa Marta	15.481	11.002	40,71%	1,02%
Otros	206.553	131.100	57,55%	13,57%
Total	**1.521.810**	**1.000.560**	**52,10%**	**100,00%**

Fuente. Migración Colombia.

Santiago de Cali, hoy ocupa el cuarto lugar de destino de los extranjeros no residentes que llegan al país, por la diversidad de la oferta turística que cuenta con cinco modalidades turísticas (cultural, deportiva, salud y bienestar, naturaleza, negocios y reuniones, recreacional o vacacional).

ESTUDIO DEL SECTOR

La procedencia de los visitantes extranjeros no residentes en el año 2021, los estadounidenses ocupan el primer lugar de extranjeros que visitan Cali con 47.727 personas y una participación del 48%; seguido de Panamá con 6.105 y una participación del 6%, Chile 4.524 con el 5%, España 4.405 con el 4%, Ecuador 4.310 con el 4%, México 3.986 con el 4% y Venezuela 4.773 con el 5%.

Cuadro 5. Flujos migratorios hacia Cali.

Procedencia del Visitante Extranjero a Cali año 2021		
Nacionalidad	2021	% Part
Estados Unidos	47.727	48%
Otros	18.991	19%
Panamá	6.105	6%
México	3.986	4%
Chile	4.524	5%
España	4.405	4%
Venezuela	4.773	5%
Perú	2.772	3%
Ecuador	4.310	4%
Canadá	1.595	2%
Israel	145	0%
Turquia	48	0%
Egipto	8	0%
Arabia saudita	3	0%
Jordania	2	0%
Azerbaiyan	1	0%
Irak	2	0%
Total	99.397	100%

Fuente: Migración Colombia. Cálculos propios.

El principal motivo de viaje de los extranjeros que llegaron a Cali durante el año 2021, fue por actividades turísticas con el 69%, seguido de eventos y tratamiento médico con el 7%, negocios con el 2% y otros motivos con el 14%.

Cuadro 6. Motivo de viaje Cali.

Motivo de Viaje Visitantes Extranjeros a Cali				
	2019	2020	2021	% Part
Turismo	143.801	38.511	68.920	69%
Negocios	12.436	2.622	2.371	2%
Eventos	8.293	1.441	6.968	7%
Tratamiento Medico	4.596	2.566	6.920	7%
Turismo y Trabajo	888	191	319	0,3%
Otros	27.746	7.568	13.899	14%
Totales	**197.760**	**52.899**	**99.397**	**100%**

Fuente: Migración Colombia. Cálculos propios.

- Flujos aéreos

El flujo aéreo a Santiago de Cali durante el año 2021 cerró con 390.458 pasajeros de vuelos internacionales lo que representó un crecimiento del 134% respecto al 2020 y un decrecimiento del -30% con el 2019; es decir, 168.004 personas menos. Mientras que el flujo de pasajeros aéreos nacionales creció a 50.717 personas incrementado un 2% comparado con el 2019.

El aeropuerto Internacional Alfonso Bonilla Aragón recibe más de 100 rutas internacionales con una sola escala y además es la única terminal aérea en Colombia, que NO cierra por condiciones climáticas. Tiene conectividad directa con 7 países y una frecuencia de 95 vuelos semanales, así mismo se conecta con 20 ciudades de Colombia con más de 373 frecuencias semanales. Cali es uno de los principales destinos turísticos del país. No obstante, este sector ha sido altamente afectado por la baja en la oferta de rutas aéreas a nivel nacional e internacional, lo cual se ha visto reflejado en el alto costo de los tiquetes aéreos y el decrecimiento de la llegada de extranjeros.

- El Turismo en Santiago de Cali

Cali cuenta con potencial en las cuatro diferentes modalidades de turismo: turismo cultural, turismo de salud y deportivo, turismo de naturaleza y turismo de reuniones.

El turismo cultural involucra diferentes productos turísticos como la gastronomía, visita a museos, turismo religioso, visita a sitios emblemáticos de la ciudad y por supuesto nuestro producto estrella y diferenciador; la salsa. El producto Turístico ancla es la salsa, dado que Cali es reconocida como la capital Mundial de la Salsa. También está la gastronomía que, gracias a la multiculturalidad de sus habitantes, la ciudad encanta con su oferta de aromas, texturas y tradiciones, ofreciendo una fusión de cocinas que encantan. La ciudad tiene 5 zonas gastronómicas establecidas y la plaza de mercado

ESTUDIO DEL SECTOR

Alameda con un potencial turístico. Cuenta con 62 establecimientos gastronómicos ubicados en zonas de interés turístico, los cuales generan 1.058 empleos.

Por otra parte, la ciudad cuenta con más de 50 eventos entre Ferias y Festivales durante todo el año, desde la Feria de las Aves en el mes de febrero hasta la Feria de Cali en el mes de diciembre. Se ha priorizado la Temporada de Festivales de Cali (TFC), es una iniciativa donde se desarrollan más de 12 festivales de talla internacional que posicionan a Cali como epicentro del circuito de las artes nacionales y la atracción de turistas nacionales e internacionales. En el 2019 llegaron 197.760 extranjeros.

La Sultana del Valle del Cauca tiene la fortuna de poseer un tesoro que vuela. Tiene el 29% de participación en cantidad de especies de aves en Colombia, lo que lo convierte en el municipio con mayor cantidad de aves en el país. Actualmente se han contabilizado más de 562 especies de aves. La observación de aves se hace fácil y mágica gracias a la gran cantidad de ecosistemas y sitios especializados que permiten a los amantes, encontrar colores entre los diferentes verdes de los caminos, las montañas, los valles y por supuesto, los humedales.

La ciudad posee una amplia oferta médica y de autocuidado liderada por entidades reconocidas nacional e internacionalmente. Diferentes centros médicos, clínicas, laboratorios y fundaciones ubicadas en la zona norte, centro y sur de la ciudad, ponen a disposición paquetes de servicios muy completos y competitivos económicamente. Hay alrededor de 40 clínicas, algunas de ellas especializadas en diversas áreas de la medicina, 8 clínicas de oftalmología, 265 de odontología cosmética y ortodoncia, y aproximadamente 180 centros de estética, así como un gran número de reconocidos hospitales con un completo equipamiento para atender toda clase de enfermedades y realizar procedimientos quirúrgicos. Cali es considerada como un destino especializado en el turismo médico, puesto que se realizan alrededor de 50.000 procedimientos al año.

Adicionalmente cuenta con más de 500 escenarios deportivos comunitarios dispuestos para la práctica deportiva, recreativa y de actividad física, es reconocida como capital deportiva de América cuenta con la mejor infraestructura deportiva de Colombia. De esta manera cuatro complejos conforman en gran listado de escenarios dispuestos para la práctica de deportes de alto rendimiento y tiene 15 programas dirigidos a la comunidad, destinado para todas las edades y con entrada libre.

Cali dispone de 165 recursos y atractivos turísticos entre los cuales se encuentran, plazas y parques, monumentos, teatros, iglesias, museos, unidades deportivas y recreativas, zonas gastronómicas, espectáculos de salsa, sitios de naturaleza urbana y rural, estructuras arquitectónicas, miradores, centros culturales, entre otros.

Actualmente tiene una capacidad hotelera con 356 establecimientos de hospedaje en la ciudad. De acuerdo a cifras de la Asociación Hotelera del Valle del Cauca, Cali tuvo una ocupación hotelera en diciembre de 2021 del 62,43% (Nacionales: 74,10%, Extranjeros: 25,90%) y la tarifa promedio por habitación fue de $205.485, cuenta con 661 agencias de viajes entre mayoristas, minoristas y turismo, 78 empresas de transporte automotor, entre otros.

ESTUDIO DEL SECTOR

Figura 7. Establecimientos de Santiago de Cali con RNT 2019-2021.



Fuente: Situr Valle del cauca

- Empleo PST

En cuanto a empleo, Cali en diciembre de 2021 cuenta con 8.592 personas ocupadas relacionadas con el turismo, de los cuales 3.280 son de agencias de viaje, 2.464 de establecimientos de alojamiento, 1.551 de transporte y 1.161 a establecimientos gastronómicos.

ESTUDIO DEL SECTOR

Figura 8. Empleo PST de Santiago de Cali octubre -2021



Fuente: Situr Valle del cauca.

Respecto al cierre del 2021, el empleo del sector turístico fue de 7.589 empleos, mientras que en 2020 el número de empleos fue de 6.740, lo que indica que se tuvo un incremento del número de empleos del 12.6%. Un indicador bueno para la reactivación de este sector que ha sido el más golpeado durante la pandemia COVID-19.

Variación del Salario Mínimo Mensual Legal Vigente 2006- 2022

La variable económica del comportamiento del salario mínimo en Colombia, es de relevancia revisarla para este proceso de contratación dado que para la ejecución de las actividades contractuales, el operador con el que se realice el contrato, deberá a su vez contar con recurso humano que ayude a satisfacer las obligaciones del mismo, lo que significa que los servicios prestados y que son una necesidad de la administración involucran el pago ya sea por concepto de salario o de honorarios al personal que se disponga para dichas actividades por parte del contratista.

En atención a lo anterior es importante indicar que el salario mínimo se define en Colombia, mediante Decreto Nacional, luego de las correspondientes deliberaciones entre el sector empresarial, gremio de trabajadores y el gobierno nacional. Durante los últimos 17 años la variación anual se ubica en el promedio del 10,07% y 7%, respectivamente.

ESTUDIO DEL SECTOR

Variación del Salario Mínimo Mensual Legal Vigente 2006-2022

AÑO	SMMLV	VARIACIÓN % ANUAL	DECRETO DEL GOBIERNO NACIONAL
2006	408.000	6,90%	4686 de diciembre 21 de 2005
2007	433.700	6,30%	4580 de diciembre 27 de 2006
2008	461.500	6,40%	4965 de diciembre 27 de 2007
2009	496.900	7,70%	4868 de diciembre 30 de 2008
2010	515.000	3,60%	5053 de diciembre 30 de 2009
2011	535.600	4,00%	033 de enero 11 de 2011
2012	566.700	5,80%	4919 de diciembre 26 de 2011
2013	589.500	4,02%	2738 de diciembre 28 de 2012
2014	616.000	4,50%	3068 de diciembre 30 de 2013
2015	644.350	4,60%	2731 de diciembre 30 de 2014
2016	689.455	7,00%	252 de diciembre 30 de 2015
2017	737.717	7,00%	2209 de diciembre 30 de 2016
2018	781.242	5,90%	2269 de diciembre 30 de 2017
2019	828.116	6,00%	2451 de diciembre 27 de 2018
2020	877.803	6,00%	2360 de diciembre 26 de 2019
2021	908.526	3,5%	1785 de diciembre 29 de 2020
2022	1.000.000	10.07 %	1724 de diciembre 15 de 2021

Fuente: https://www.salariominimocolombia.net/historico/

2.3. Aspectos técnicos

- **Operadores Logísticos.**

Los servicios de los Operadores Logísticos de Eventos pertenecen a la industria de reuniones, incentivos, conferencias y exhibiciones, MICE (por sus siglas en inglés. Meetings, incentives, conference and exhibitions). Según la International Association of Professional Congress Organizers, una reunión hace referencia a la confluencia de un número de personas en un lugar específico para realizar una actividad. Como cualquier proyecto, la gestión de eventos es un proceso a través del cual un evento se planea, prepara y produce. Incluye la valoración, definición, adquisición, distribución, dirección, control y análisis del tiempo, las finanzas, las personas, los productos, servicios y cualquier otro recurso para alcanzar los objetivos. De este modo cualquier operador logístico de eventos, debe estar en la capacidad de investigar, planear, organizar, implementar, controlar y evaluar el diseño, las actividades y los productos del evento.

Silvers (2017), explicando el proceso definido en el Event Management Body of Knowledge (EMBOK), indica que la gestión de eventos está compuesta por los procesos de inicio, planeación, implementación, los días del evento, y su cierre.

En la etapa de inicio, se define y valida el concepto del evento y se define el gerente del evento entre el operador logístico de eventos y el sponsor del proyecto y se establecen los compromisos para la gestión del riesgo del evento.

En la fase de planeación se definen las especificaciones, requerimientos, actividades, responsabilidades, recursos, condiciones y contextos del evento, y se hace el plan de gestión de riesgos. Después de la planeación del evento, se procede a implementarlo. En esta etapa se contratan, coordinan, y sincronizan todos los requerimientos operacionales y logísticos del evento, así como el control del plan de gestión de riesgos. En el cierre se finaliza el evento, se finalizan las obligaciones contractuales y se realiza el desmonte de todas las actividades, bienes o servicios provistos. El cierre también incluye la revisión de lecciones aprendidas entre el equipo organizador del evento y el cliente.

La proyección, el desarrollo de los preparativos y la puesta en marcha de todo tipo de eventos, garantizan la socialización de los procesos, programas y productos, a través de medios masivos tradicionales y no tradicionales.

En cualquier proyecto que se planifique, las estrategias se determinan en función de los objetivos, del tiempo, los recursos, las habilidades, entre otros. Por lo tanto, en la actualidad el diseño y la implementación de estrategias de comunicación, así como la organización de eventos, se convierten en los medios de publicidad más utilizados, tanto por las empresas del sector privado como el público.

Ahora bien, el apoyo logístico para la organización de eventos y actividades, se conoce como el proceso de diseño, planificación y producción de congresos, festivales, ceremonias, fiestas,

convenciones, capacitaciones u otro tipo de reuniones, ya sean de índole social, político, administrativo. Siendo algunas de las tareas que incluye el apoyo: tramitación de permisos y autorizaciones, supervisión de los servicios de transportes, servicios gastronómicos, coordinación logística, ya sea de carácter presencial o digital.

El apoyo logístico, se constituye en una de las variables de mayor importancia a la hora de determinar la calidad de una presentación en público. En este sentido y basados en el conocimiento de las necesidades de la Alcaldía, se requiere el apoyo logístico para el desarrollo de las siguientes actividades:

- Amplificación de Sonido.
- Disposición de espacios locativos.
- Alquiler de sillas, mesas, tarimas carpas, baños y manteles.
- Stand.
- Experiencias.
- Personal de Apoyo.
- Caracterización de prestadores de servicios turísticos.
- Ruedas de negocios.
- Ambientación y decoración de espacios locativos.
- Servicio WIFI.
- Ayudas audiovisuales.
- Escenografía, mobiliario y montaje.
- Suministro de refrigerios.
- Trasmisión de eventos.
- Puntos de registro (Digital o presencial).
- Capacitaciones.
- Activaciones
- Entre otros.

La prestación de servicios de apoyo logístico para las actividades de los programas de capacitación y organización de eventos institucionales o sociales son generalmente operadores profesionales de Congresos, Ferias, Hoteles, Convenciones y las Cajas de Compensación Familiar.

En Colombia, el Artículo 100 de la Ley 300 de 1996 define a los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones, como: *"… las personas naturales o jurídicas legalmente constituidas que se dediquen a la organización de certámenes, congresos, convenciones, ferias, seminarios y reuniones similares en sus etapas de gerenciamiento, planeación, promoción, realización, así como a la asesoría y/o producción de estos certámenes en forma total o parcial".*

Los agentes que componen el sector de apoyo logístico son:

- Personas jurídicas
- Consorcios
- Cajas de Compensación
- Operadores Logísticos

ESTUDIO DEL SECTOR

- Hoteles

Este apoyo logístico, se constituye en una de las variables de mayor importancia a la hora de determinar la calidad de una prestación de servicio idóneo. En este sentido y basados en el conocimiento de las necesidades de la Alcaldía, se requiere el apoyo para el desarrollo de las actividades y sub actividades que está contemplada en los Proyectos de inversión BP-26004089, 26004106, 26004109, 26004111 , que tiene como objetivo el "Servicio de apoyo logístico para la implementación de las iniciativas de turismo al barrio y rural en la comunas 20 y los corregimientos de Pichinde, Villa Carmelo y Felidia.

La industria del turismo ha crecido significativamente durante las últimas décadas, siendo uno de los sectores económicos más dinámicos y de más rápido desarrollo a nivel mundial.

El turismo es un motor importante para la generación de empleos y para un desarrollo socioeconómico incluyente. Se trata de un sector dinámico y creciente que también genera empleos en segmentos frágiles de la sociedad como lo son los jóvenes y las mujeres. El potencial del sector turístico para crear empleo es bastante significativo. A nivel mundial, se calcula que 1 de cada 10 puestos de trabajo están relacionados con la industria de viajes y turismo, no solo directamente sino también en sectores relacionados como la agricultura, el procesamiento de alimentos, la construcción, el transporte, las artesanías, entre otros.

Con fundamento en lo anterior y reconociendo la capacidad que tiene el turismo para promover empleos de calidad y nuevas oportunidades de emprendimiento, los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU invitan a diseñar e implementar políticas públicas para impulsar el turismo sostenible.

La actual situación por el Covid-19 ha puesto en peligro la economía mundial, por ello teniendo en cuenta recomendaciones como las de la ONU y los objetivos que la Secretaría de Turismo de Santiago de Cali se ha propuesto, la necesidad de aumentar el aprovechamiento del potencial turístico en las zonas rural y urbana de Cali además de aumentar la promoción turística en los territorios.

Con el presente proceso que se adelanta, se busca implementar y posicionar a Cali como un importante destino turístico de Colombia, por ello se hace necesario fortalecer los prestadores de servicios de la cadena productiva, la oferta de productos turísticos y la comercialización, por consiguiente, se deben generar estrategias que permitan consolidar las condiciones técnicas para el desarrollo del sector turístico en la comuna 20 y los corregimientos de Pichinde, Villacarmelo y Felidia

Con la presente contratación, la Secretaría de Turismo del Distrito de Santiago de Cali busca cumplir con el objeto y la necesidad planteada en actividades de los siguientes proyectos de inversión:

- Fortalecimiento de iniciativas turísticas de la comuna 20 de Cali BP-26004111.
- Fortalecimiento de iniciativas turísticas en corregimiento de Felidia de Santiago de Cali BP-26004089.

- Desarrollo de iniciativas turísticas en el corregimiento de Villa Carmelo de Santiago de Cali BP-26004106.
- Fortalecimiento de iniciativas turísticas en corregimiento de Pichinde de Santiago de Cali BP-26004109.

Para cumplir lo anterior, la Secretaría de Turismo no cuenta con el suficiente personal, infraestructura y medios para desarrollar las actividades que se requieren, por lo que se hace necesario contratar una entidad que pueda brindar la estructura logística y operativa requerida para cumplir con el objeto del presente proceso, en pro de la promoción turística de Santiago de Cali, implementando acciones que incentiven el consumo local y promuevan el turismo comunitario y rural

La entidad a contratar debe contar con una amplia experiencia en el mercado colombiano y que demuestre su experiencia trabajando en equipo con entidades gubernamentales, institucionales, privadas y comunitarias que permitan desarrollar proyectos bien integrados que respondan a las necesidades de todos los intervinientes y que a su vez contribuya al desarrollo económico y social de la ciudad de Santiago de Cali.

2.3.1. Aspectos técnicos relevantes:

Las actividades y sub-actividades que están contempladas en los proyectos de inversión mencionados anteriormente son los siguientes:

- **Actividades a desarrollar proyecto de inversión BP-26004111 Comuna 20**
  - Realizar caracterización en once (11) barrios de la comuna 20 para identificar la vocación turística.
  - Elaborar documento técnico con propuesta de ruta turística que integre la oferta turística.
  - Elaborar diseños para señalización de una ruta turística.
  - Realizar producción e instalación de señalética para una ruta turística incluyendo montaje y solicitud de permisos.
  - Realizar impresión e instalación de avisos con códigos de respuesta rápida (QR) en acrílico
  - Realizar la impresión de mapas turísticos para la promoción de la oferta y atractivos de la ruta turística.
  - Realizar activaciones para una ruta turística incluyendo experiencia turística.
  - Acompañar las activaciones con guía turístico certificado.

ESTUDIO DEL SECTOR

- **Actividades a desarrollar proyecto de inversión BP-26004089 Corregimiento Felidia**

  - Realizar caracterización en el corregimiento de Felidia para identificar la vocación turística.

- Elaborar documento técnico con propuesta de ruta turística para el Corregimiento de Felidia.
- Elaborar los diseños para la señalización de una ruta turística en el corregimiento de Felidia.
- Imprimir e instalar la señalética turística en una ruta turística del corregimiento de Felidia.
- Diseño e impresión de mapas con la ruta turística del Corregimiento Felida.
- Realizar activaciones de la ruta turística incluyendo presentaciones artísticas y culturales del Corregimiento Felidia.

- **Actividades a desarrollar proyecto de inversión BP-26004106 Corregimiento Villa Carmelo.**

- Realizar caracterización en cinco veredas del corregimiento de Villa Carmelo para identificar la vocación turística de cada uno.

- Elaborar documento técnico con propuesta de ruta turística para el Corregimiento de Villa Carmelo.
- Elaborar los diseños para la señalización de una ruta turística.
- Realizar la producción e instalación de señalética turística en una ruta turística del corregimiento.
- Diseño e impresión de mapas con la ruta turística del Corregimiento.
- Realizar activaciones de la ruta turística incluyendo presentaciones artísticas y culturales del corregimiento.

- **Actividades a desarrollar proyecto de inversión BP-26004109 Corregimiento Pichinde**

- Diseño y caracterización de ruta turística (documento técnico: nombre ubicación potencial horarios de servicio precios, caracterización de atractivos y planta turística).
- Producción y entrega de un video de la oferta turística y el diseño e impresión de los mapas con la ruta turística.
- Realizar la impresión de mapas turísticos para la promoción de la oferta y atractivos de una ruta turística.

- Realizar activaciones para una ruta turística del corregimiento los Andes. Incluye una experiencia turística (una por activación): muestras culturales, artesanales, exposiciones, performances, entre otros.
- Contratar un guía turístico certificado para acompañar cada una de las activaciones.
- Realizar 20 horas de capacitación y practicas a 30 emprendedores turísticos de forma presencia o mixto enfocado en turismo que incluya las temáticas como: Introducción al turismo, Bilingüismo, emprendimiento, formalización, guianza diseño de producto y marketing digital (incluye material didáctico)

2.4. Aspectos regulatorios

MARCO REGULATORIO	
Compes 3547 de 2008	Política Nacional Logística
Compes 3654 de 2010	Política de rendición de cuentas
Decreto 2020 475 de	Por el cual se dictan medidas especiales relacionadas con el sector Cultura, dentro del Estado de Emergencia Económica, Social y Ecológica
Resolución 626 del Ministerio de Salud y Protección Social	Por medio de la cual se adopta el protocolo general de bioseguridad para mitigar, controlar y realizar el adecuado manejo de la pandemia del Coronavirus COVID-19.
Ley 300 de 1996, modificada por la Ley 1558 de 2012	Define a los OPC como “las personas naturales o jurídicas legalmente constituidas que se dediquen a la organización de certámenes como congresos, convenciones, ferias, seminarios y reuniones similares, en sus etapas de gerenciamiento, planeación, promoción y realización, así como a la asesoría y/o producción de estos certámenes en forma total o parcial”
La Norma Técnica Sectorial NTS-OPC 001	Define los requisitos de calidad que deben cumplir los OPC durante la vigencia de sus servicios

Decreto No. 1074 de 26 de mayo de 2015	"Por medio del cual se expidió el Decreto Único Reglamentación del Sector Comercio, Industria y Turismo".
Ley 80 de 1993	Estatuto general de contratación de la Administración pública
Ley 816 de 2003	Apoyo a la industria nacional a través de la contratación pública.

3. Análisis de la Demanda

La información de la demanda permite a la Secretaría de Turismo, recopilar información histórica sobre cómo ha contratado el apoyo al desarrollo de iniciativas de turismo urbano y rural en Cali, como también conocer las experiencias de los procesos de contratación, recopilar información sobre las buenas prácticas que implementa tanto el Distrito y otras entidades estatales y organizaciones para dar cumplimiento a las compras públicas.

Por otra parte, conforme a la recomendación de Colombia compra eficiente, para la elaboración del análisis del sector es importante conocer la necesidad de contratar la adquisición de los bienes, por tal razón antes de realizar el análisis de la demanda y con el fin de sustentar la necesidad, se toma como fundamento el propósito y responsabilidades asignadas al Distrito Especial, Deportivo, Cultural, Turístico empresarial y de servicios de Santiago de Cali y la Secretaría de turismo.

Los siguientes aspectos técnicos y jurídicos tienen relación directa o indirecta con el proceso que se adelanta el cual consiste en la implementación de las iniciativas de turismo al barrio y rural en la comuna 20 y corregimientos de Pichinde, Villa Carmelo y Felidia.

La Administración del Distrito de Santiago de Cali está al servicio de los intereses generales de los habitantes del Municipio, y se desarrolla con fundamento en los principios de igualdad, imparcialidad, buena fe, eficacia, eficiencia, economía, celeridad, responsabilidad, transparencia, publicidad, contradicción, polivalencia e interdisciplinariedad; lo anterior, sin perjuicio de la aplicación de lo demás principios generales y especiales que rigen la actividad de la Administración Pública y de los servidores públicos.

La Secretaría de Turismo, de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 163 del Decreto 411.0.20.0516 de 2016, es el Organismo encargado de liderar la planeación y gestión de políticas, planes, programas, proyectos y estrategias del Desarrollo Productivo y Comercial del Turismo,

impulsando el desarrollo articulado e innovador de diferentes modalidades y productos turísticos. En asocio con los diferentes actores de la cadena productiva y otros sectores estratégicos para incentivar la generación de ingresos, empleo y emprendimientos con enfoque territorial, poblacional y de sostenibilidad ambiental.

El Gobierno Nacional sancionó la Ley 1933 de agosto 2018, por medio del cual se categoriza al municipio de Santiago de Cali como “Distrito especial, deportivo, cultural, turístico, empresarial y de servicios”, por lo tanto, los esfuerzos de la administración se deberán orientar en mejorar las condiciones de nuestros recursos y atractivos turísticos naturales y culturales; de este modo la actualización y complemento de los estudios técnicos y diseños para el centro de atención a visitantes

El Acuerdo Municipal 0477 del 25 de junio de 2020, Por medio del cual se establece el Plan de Desarrollo 2020-2023 “Cali Unida por la Vida”, que define la estructura de este instrumento de planificación y describe el contenido de sus dimensiones y líneas estratégicas.

Que el Plan de Desarrollo Municipal 2020- 2023, establece la actividad que se pretende contratar así: DIMENSIÒN: Cali inteligente para la vida; LÍNEA: posicionamiento local en el ámbito internacional, PROGRAMA: Marca de ciudad para un distrito especial. En este sentido para el desarrollo turístico del Distrito, la Secretaría de Turismo ha inscrito los siguientes proyectos denominados: Fortalecimiento de iniciativas turísticas de la comuna 20 de Cali BP-26004111, fortalecimiento de iniciativas turísticas en corregimiento de Felidia de Santiago de Cali BP-26004089,desarrollo de iniciativas turísticas en el corregimiento de Villa Carmelo de Santiago de Cali BP-26004106, fortalecimiento de iniciativas turísticas en corregimiento de Pichinde de Santiago de Cali BP-26004109.

Lo anterior, con el objetivo de realizar actividades que apoyen y fortalezcan el sector turístico en Santiago de Cali, permitiendo visibilizar los atractivos turísticos de las comunidades y la gestión del organismo con este sector, para el desarrollo de las actividades se presenta una estrategia denominada “Turismo al Barrio y Rural”, la cual busca la articulación de los organismos competentes con la comunidad y el sector que conforma la cadena de valor turística.

Con el objetivo de realizar actividades que promocionen el turismo comunitario y rural en Santiago de Cali y se divulgue la oferta turística de la ciudad, a través de sus entornos comunitarios, con actividades relacionadas con la cadena de valor del sector, apoyadas por la Secretaría de Turismo de Cali.

La industria Turística es uno de los principales motores de desarrollo económico en un territorio, de acuerdo con la Organización Internacional del Turismo (OMT), “*durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación hasta, convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él, un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico de cualquier país”*

ESTUDIO DEL SECTOR

Pese a que el Sector turístico venía experimentando un continuo crecimiento económico, según la Organización Mundial del Turismo actualmente el sector afronta una crisis sin precedentes originada por la COVID 19, pues se indica que el sector Retrocede a niveles de hace 30 años, con 1.000 millones de llegadas menos y una pérdida aproximada de 1,1 billones de dólares estadounidenses, pues en los primeros 10 meses del 2020 las llegadas internacionales cayeron un 72% dada las restricciones a los viajes y las medidas que se adoptan para la contención del virus.

Según Migración Colombia Cali recibió 99.397 visitantes extranjeros para el 2021 (lo cual representa un incremento del 88% en comparación al 2020) de los cuales el principal motivo de viaje de los visitantes extranjeros recibidos por Colombia fue la realización de actividades turísticas (69%), seguido por un 31% de aquellos que arribaron como visitantes, para la realización de negocios, tratamientos médicos y para la asistencia a eventos, entre otros. Los principales países de origen de los turistas son: Estados Unidos, Ecuador, Panamá, Venezuela, Chile, España y México. Según Cotelco (2021) en la ciudad de Cali, los productos de turismo más ofertados por agencias de viajes corresponden a: Turismo de naturaleza y ecoturismo con el 26%, Parques temáticos con el 23%, Turismo histórico y cultura con el 22%, Turismo de aventura con el 18%, Avistamiento de ballenas por el 18%, Avistamiento de aves por el 13% de las agencias, Turismo de industrias y haciendas el 10%, Turismo deportivo el 9%, MICE el 5%, Religioso el 0.4% y Otros el 11%.

En este sentido, el rol de la Secretaría de Turismo Distrital de Santiago de Cali en el plan de reactivación del sector, es esencial para lograr la evolución del turismo en la ciudad y, por ende, la potenciación de sus beneficios para la sociedad, en este sentido esta dependencia debe apoyar nuevas iniciativas por medio de las cuales se exploren nuevas rutas y atractivos turísticos con los que se promueve a Cali como destino turístico diverso y amigable con el medio ambiente, máxime si se tiene en cuenta que según Greater Medellín Convention & Visitors Bureau el Turismo comunitario, es una de las tendencias que trazan el camino pos-covid-19.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, define el turismo comunitario como “la oferta de servicios turísticos, por parte de una comunidad organizada, que participa, se beneficia e involucra en los diferentes eslabones de la cadena productiva del turismo”. Esta tipología de turismo permite: i) la existencia de una oferta que se promueva a través de la comunidad, ii) promueve el desarrollo económico y social de los habitantes, dado que se mejora la calidad de vida de los mismos, ante la existencia de una fuente de ingresos complementarios, iii) protege la identidad cultural.

A nivel mundial esta tipología de turismo es ofertada por: Ecuador, Brasil, Chile, Costa Rica, Perú, Bolivia, África, Camboya, Tailandia, y Laos. Según la asociación de estados del Caribe, “Ecuador se alza como uno de los países más desarrollados y reconocidos que practica el turismo comunitario. Existen allí más de 100 experiencias comunitarias, además de recursos de entrenamiento, que se han derivado de las propias empresas de auto-gestión de las comunidades, además del apoyo que se ha recibido de las agencias de cooperación internacional, organizaciones no gubernamentales, fundaciones sin fines de lucro y el sector público”. En el caso de Colombia, el país viene desarrollando políticas de fomento del turismo comunitario, al establecer los “Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia”. y a través del

programa “Impulso al turismo comunitario de Colombia”, por medio del cual, se están apoyando estas iniciativas turísticas.

En Colombia tenemos como ejemplo la ciudad de Medellín, por lo que nos gustaría implementar en nuestra ciudad algunas de sus acciones en el sector turístico, pues según Greater Medellín Convention & Visitors Bureau, entidad encargada de promocionar a Medellín y Antioquia en el mercado nacional e internacional, esta ciudad “tras décadas marcadas por violencia y narcotráfico, logró convertirse en los últimos años en modelo de transformación y resiliencia para el mundo. La innovación es uno de los pilares que ha marcado el resurgimiento de Medellín. La estrategia de innovación social, liderada por años en esta ciudad, obtuvo reconocimientos internacionales como el otorgado por la agencia australiana 2ThinkNow, al catalogar a Medellín como centro mundial de innovación; el Premio Lee Kuan Yew, conocido como el “Premio Nobel” del urbanismo; y la elección como la ciudad más innovadora del mundo, según el diario Wall Street Journal y el Urban Land Institute.” Medellín es reconocido internacionalmente como un ejemplo de cómo los proyectos innovadores de “urbanismo social” pueden ser utilizados para transformar y revitalizar las comunidades y es que con la construcción de las escaleras mecánicas inicialmente se brindó una solución de movilidad para los habitantes de la comuna, sin embargo posteriormente, esta infraestructura se “convirtió en uno de los referentes de Medellín, tanto, que el año pasado 438.000 turistas visitaron el medio de transporte que une los barrios 20 de Julio y Las Independencias, cifras que justifican porqué este lugar ingresó al nuevo mapa turístico de la ciudad.” Esto valorado en conjunto con la oferta de Graffitour, break dance y el mirador que ofrece el barrio la independencia, hacen que la Comuna 13 de Medellín sea un atractivo turístico.

Esta tendencia de Turismo comunitario que se oferta en Medellín por parte de la Comunidad, está siendo visibilizada por la Organización Estadounidense “Tourism Cares” entidad que apoya las iniciativas de turismo comunitario en el mundo, la cual eligió a Medellín como sede de su evento anual para este año, con este evento que se realiza cada año en un país distinto con grandes cadenas de hoteles, aerolíneas, turoperadores globales, asociaciones de turismo y prensa internacional, se explora oportunidades de inversión en los proyectos de turismo comunitario que el destino ofrece.

Para el desarrollo de esta tipología de turismo, el Distrito de Santiago de Cali cuenta con una gran variedad de atractivos turísticos urbanos y rurales, que deben ser visibilizados y promocionados a través de la idiosincrasia de la comunidad que habita estas zonas, con la posibilidad de fortalecer nuevas rutas turísticas, generando oportunidades para las personas que habitan en dichas zonas, permitiendo generar valor a los recursos que tienen, y a su vez, generar proyectos productivos que integren la cadena de valor turística.

Esta dinámica socioeconómica, destaca la cultura de sus comunas, sus narrativas y patrimonio histórico, genera oportunidades en las personas que habitan en sus barrios, permitiéndoles valorar los recursos que tienen y generar proyectos productivos que se integren a la cadena de valor turística, logrando conectar a propios y visitantes, generando articulación entre el sector turístico y la comunidad para la promoción de ciudad.

ESTUDIO DEL SECTOR

Los espacios de participación ciudadana promovidos para la formulación del Plan de Desarrollo Municipal “Cali unida por la vida” 2020-2023”, permitieron identificar espacios geográficos comunitarios, como miradores, barriales y senderos turísticos urbanos y rurales, que no están visibilizados, y promovidos de manera adecuada, pero que cuentan con un gran potencial en materia del turismo en sus distintas tipologías.

La reactivación de la demanda turística del país, el fortalecimiento de la función social del turismo, el reconocimiento de este sector como un pilar para el desarrollo local y de conservación, y la participación decidida de comunidades en el turismo, dan lugar a la creación de líneas de trabajo para el ordenamiento y dotación de herramientas en aras del desarrollo para esta modalidad de turismo. Sin embargo, existen diversas problemáticas en materia de turismo comunitario y creación de empresas turísticas, pues sus implicaciones o retos indican la necesidad de fortalecer la infraestructura de acceso a los atractivos naturales y dotar de herramientas a los emprendimientos para que logren ser gestores de su propio desarrollo, obteniendo los conocimientos necesarios para la estructuración y organización de las rutas turísticas locales. Además, consolida circuitos que contribuyan con el fortalecimiento de la oferta turística inculcando el respeto y sentido de pertenencia por el patrimonio histórico y cultural de las ciudades.

La Secretaría de turismo tiene como objetivo “Impulsar el desarrollo del turismo comunitario y rural”, pues con ello se visibiliza la oferta turística a nivel local, para lograr ese objetivo en los proyectos se contempla diseñar rutas turísticas además realizar activaciones de las mismas entre otras actividades que permiten promocionar turísticamente a estos territorios.

De esta manera la Secretaría de Turismo, acompaño el proceso de formulación a cada uno de los territorios teniendo en cuenta que los proyectos a ejecutar son recurso participativo y son los siguientes:

- Fortalecimiento de iniciativas turísticas de la comuna 20 de Cali BP-26004111.
- Fortalecimiento de iniciativas turísticas en corregimiento de Felidia de Santiago de Cali BP-26004089.
- Desarrollo de iniciativas turísticas en el corregimiento de Villa Carmelo de Santiago de Cali BP-26004106.
- Fortalecimiento de iniciativas turísticas en corregimiento de Pichinde de Santiago de Cali BP-26004109.

En este sentido, la Secretaría de Turismo, tiene la necesidad de contratar bajo la modalidad de Menor cuantía a una persona natural o jurídica que tenga el conocimiento, la idoneidad y experiencia específica que se requiere para ejecutar adecuadamente el contrato con el mínimo riesgo y los mejores resultados de calidad y cumplimiento del presente proceso.

Que, cuenta con el Presupuesto General de Rentas y Recursos de Capital y apropiaciones presupuestales para gastos del Distrito de Santiago de Cali de la vigencia 2022, fue aprobado mediante el Acuerdo No. 0484 del 01 de diciembre de 2020 y se liquidó a través del Decreto

Municipal No. 4112.010.20.1038 del 21 de diciembre de 2021, que soporta la ejecución del contrato.

Así pues y teniendo en cuenta lo anterior, la Secretaría de Turismo en uso de sus recursos de inversión, adelanta un proceso para adquirir directamente los servicios objeto de este proceso. La información de la demanda orienta la definición y verificación de la necesidad, así como la determinación de requisitos, especificaciones, requisitos mínimos técnicos, entre otros.

El Sistema Electrónico de Contratación Pública-SECOP, ofrece la posibilidad de consultar procesos de Contratación de otras Entidades Estatales para analizar el comportamiento de la contratación, los proveedores y precios, lo que genera mejores decisiones de compra, orienta la definición y verificación de la necesidad, especificaciones, requisitos mínimos técnicos, metodologías de evaluación, garantías y plazos entre otros.

A continuación, presenta la información consultada para este fin por parte de la Secretaría de Turismo.

3.1. Procesos de Contratación anteriores del Distrito de Cali

Se presenta la información consultada sobre los procesos de contratación llevados con anterioridad, con el fin de evaluar y analizar el sector:

Número de Proceso	Objeto contractual	VALOR	Modalidad de selección	Proveedor	Plazo del contrato
4172.010.32.1.133-2021	La prestación del servicio logístico para la implementación de iniciativas de turismo al barrio y rural en las comunas 20, 1 y los corregimientos los Andes y Felidia de conformidad a los proyectos de la Secretaria de Turismo BP-26003133 BP-26003136, BP-2600139, BP-2003266.	$487.908.190	Selección Abreviada de Menor Cuantía (Ley 1150 de 2007)	Quack de Colombia S.A.S	90 días
4172.010.32.1.096-2020	Apoyar la promoción y difusión turística de Santiago de Cali implementando acciones que incentiven el consumo local y promuevan el turismo doméstico, en atención a la ficha BP 26002251 “APOYO A LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE SANTIAGO DE CALI”.	$ 872.674.400	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	Corporación de Eventos, Ferias y Espectáculos de Cali - Corfecali	179 días

ESTUDIO DEL SECTOR

4172.010.32.1.063-2021	Apoyar tres (03) iniciativas de turismo comunitario en la comuna 20 y una (01) en el corregimiento de Pance, a través del fortalecimiento del conocimiento de la comunidad en desarrollo de producto y servicios turísticos, así como Fortalecer el desarrollo de estas iniciativas en atención a la ficha BP- 26002916 “Apoyo al desarrollo de iniciativas de Turismo urbano y rural en Cali”.	$ 239.998.000	Selección Abreviada de Menor Cuantía (Ley 1150 de 2007)	VISION BTL S.A.S.	180 días
4172.010.32.1.056-2019	REALIZACION DE RECORRIDOS TURISTICOS DE NATURALEZA RURAL PARA LA POBLACION VULNERABLE DE LAS COMUNAS 3, 6, 9, 10, 13, 18 Y 20 DEL MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI, EN ATENCION A LOS PROYECTOS RECREACION TURISTICA DE NATURALEZA PARA LOS HABITANTES DE SANTIAGO DE CALI CON FICHAS BP 26000250, BP 26000281, BP 26000260, BP 26000243, BP 26000270, BP 26000980 Y BP 26000455.	$479.990.400	Selección Abreviada de Menor Cuantía (Ley 1150 de 2007)	UNION TEMPORAL RECORRIDOS	92 Día(s)
4172.010.32.1.055-2019	Realizar actividades y brindar apoyo para la difusión, promoción y visibilización de los circuitos turísticos de Santiago de Cali, en desarrollo del proyecto BP-13047412: IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE SANTIAGO DE CALI.	$ 201.256.900	Selección Abreviada de Menor Cuantía (Ley 1150 de 2007)	QUACK DE COLOMBIA S.A.S	120 Día(s)
4172.010.32.1.053-2019	Prestación de Servicios para la Implementación de la estrategia de promoción para fortalecer la competitividad turística y el posicionamiento de Santiago de Cali como destino atractivo para la realización de eventos nacionales e internacionales, en desarrollo del proyecto BP-	$ 425.190.000	Selección Abreviada de Menor Cuantía (Ley 1150 de 2007)	CALI-VALLE DEL CAUCA CONVENTION AND VISITORS BUREAU	150 Dias

	13047412: IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE SANTIAGO DE CALI				
4172.010.26.1.115	PRESTACION DE SERVICIOS DE MEJORAMIENTO DE LOS PRODUCTOS TURISTICOS LOCALES EN LOS CORREGIMIENTOS DE LA BUITRERA Y LA LEONERA, DEL MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI, ENMARCADOS EN EL PROYECTO DENOMINADO FORMULACION DE LA POLITICA PUBLICA DE TURISMO DEL MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI. APOYO A LA PROMOCION DEL PRODUCTO TURISTICO DEL CORREGIMIENTO DE LA BUITRERA DE SANTIAGO DE CALI, SEGUN FICHA EBI 06046229 DE 2017 Y MEJORAMIENTO DEL PRODUCTO TURISTICO DEL CORREGIMIENTO LA LEONERA DE SANTIAGO DE CALI, SEGUN FICHA EBI 06046231	$104.911.352	Selección Abreviada de Menor Cuantía (Ley 1150 de 2007)	RIOS DE AVENTURA EU	37 Día(s)

3.2. Análisis de Procesos de Otras Entidades Estatales

Se presenta la información consultada sobre los procesos de contratación llevados con anterioridad con otras entidades estatales, con el fin de evaluar y analizar el sector:

ESTUDIO DEL SECTOR

NÚMERO DE PROCESO	OBJETO CONTRACTUAL	VALOR	MODALIDAD DE SELECCIÓN	PROVEEDOR	PLAZO DEL CONTRATO
6SA-021-2020 (Manifestación de interés (Menor Cuantía)) (Presentación de oferta) Alcaldía Municipio de Arauca	"Implementación de estrategias para fortalecer y promocionar el agroturismo en los corregimientos Santa Bárbara y Todos los Santos Del Municipio De Arauca".	$ 150.000.000	Selección Abreviada de Menor Cuantía (Ley 1150 de 2007)	Gestión Alianzas Y Contratos SAS	1 (Mes)
1.350.01-59.15-001.2020 (**DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA - SECRETARIA DE TURISMO)**	Prestación de servicios turísticos para la organización, logística y ejecución de recorridos turísticos en el Departamento del Valle del Cauca en el marco del proyecto apoyo al desarrollo empresarial de la industria turística del Valle del Cauca.	$ 308.573.214	Selección Abreviada de Menor Cuantía (Ley 1150 de 2007)	Visión BTL SAS	2 (Meses)
IDT-SAMC-007-2019 (MANIFESTACIÓN DE INTERÉS (MENOR CUANTÍA)) (PRESENTACIÓN DE OFERTA) INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO	Realizar la intervención del atractivo turístico priorizado "templete al libertador", por medio de la ejecución de obras de adecuación, conservación y mantenimiento, ubicado en la zona de interés turística	$ 121.718.392	Selección Abreviada de Menor Cuantía (Ley 1150 de 2007)	Construcciones y Valores Construvalores SAS	2 (Meses)

	– La Candelaria – parque de los periodistas Gabriel García Márquez de la ciudad de Bogotá D.C.				
SAMC-028-FDLU-2019 (**ALCALDIA LOCAL DE USME)**	Prestar los servicios para la organización, desarrollo, administración e implementación de procesos organizativos a través de los cuales se garantice el apoyo técnico, pedagógico y financiero, mediante la identificación, apoyo y fortalecimiento de iniciativas productivas agropecuarias comunitarias rurales de la localidad de Usme, dentro del marco de la política pública de ruralidad del distrito capital, y el proyecto No. 1414 "promoción del emprendimiento rural.	$138.808.930	Selección Abreviada de Menor Cuantía (Ley 1150 de 2007)	IMPECOS SAS	4 (Meses)

ESTUDIO DEL SECTOR

SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTIA No. 4133.0.32.032-2012	Implementación de proyectos ciudadanos de educación ambiental y fortalecimiento de la cultura de manejo adecuado de residuos sólidos domiciliarios en 25 barrios de la comuna 19 en el marco del proyecto "asistencia técnica ambiental para el fortalecimiento de la gestión ambiental comunitaria en la comuna 19 de Santiago de Cali", con ficha BP 21043280 y capacitación en manejo de zonas verdes públicas, manejo de residuos orgánicos y turismo ecológico en el marco del proyecto "asistencia técnica para la participación comunitaria en la comuna 19 del municipio de Santiago de Cali con ficha BP 21043256	$336.326.932.	Selección Abreviada de Menor Cuantía (Ley 1150 de 2007)	Asociación Departamental de Obras Sociales - ADOS	180 (días)

3.3. Análisis de los Procesos de Contratación identificados

Teniendo en cuenta los procesos considerados dentro de la muestra realizada, se procede al análisis de algunos criterios encontrados, que se relacionan con la necesidad de contratación y que colaboran con la estructuración de factores habilitantes como ponderables del proceso.

a) **Modalidad de Contratación**

Del análisis de los procesos de selección relacionados, se evidencia que las mismas se realizaron a través de la modalidad de selección de contratación directa por la naturaleza del contratista y selección abreviada de menor cuantía (Ley 1150 de 2007).

b) **Plazo del contrato**

Los plazos de los procesos de selección consultados, varían dependiendo a los eventos y/o actividades a desarrollar conforme a la necesidad a satisfacer. Entendiendo que la necesidad a satisfacer de la Secretaria de Turismo es constante considerando que las actividades que deberá desarrollar se extenderán durante toda la vigencia 2022 y que los recursos son de origen participativo y requieren agotar un tramite de concertación con la comunidad mediante mesas técnicas, en donde se evalué cada una de las acciones a desarrollar se sugiere que el plazo del contrato se establezca a partir de la suscripción del acta de inicio hasta el 30 de diciembre de 2022 o hasta agotar presupuesto, lo que suceda primero.

c) **Garantías exigidas**

Dentro del análisis de los procesos de selección, se identificó que las garantías solicitadas por el sector son las siguientes:

Cobertura exigible	Aplica
SERIEDAD DE LA OFERTA	X
CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO	X
CALIDAD DEL SERVICIO	X
CALIDAD Y CORRECTO FUNCIONAMIENTO DE LOS BIENES	X
PAGO DE SALARIOS, PRESTACIONES E INDEMNIZACIONES	X
RESPONSABILIDAD CIVIL EXTRACONTRACTUAL	X

Como resultado de los procesos analizados, se muestra que se exige 6 tipos de garantías que permitan mitigar el riesgo y las cuales son; cumplimiento, calidad del servicio y calidad y correcto funcionamiento de los bienes, salarios y prestaciones e indemnizaciones laborales y responsabilidad civil extracontractual, contando a su vez con la garantía de seriedad de la oferta que ampara el periodo precontractual.

Teniendo en cuenta la naturaleza del contrato a suscribir, objeto, obligaciones, la matriz de riesgos realizada por la entidad y a procesos anteriores ejecutados por la entidad, se sugiere tener en cuenta para el presente proceso las siguientes garantías.

RIESGOS	DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE	VIGENCIA
Cumplimiento (Artículo 2.2.1.2.3.1.12 del Decreto 1082 de 2015)	Amparar a la Entidad cuando el contratista realice el cumplimiento del contrato tardío o defectuoso	20% del valor total del contrato	Por la duración del contrato y cuatro (4) meses más.
Calidad del Servicio (Artículo 2.2.1.2.3.1.15 del Decreto 1082 de 2015)	Amparar a la Entidad por los perjuicios derivados de la deficiente calidad del servicio prestado	20% del valor total del contrato	Por la duración del contrato y cuatro (4) meses más
Pago de salarios, prestaciones sociales legales e indemnizaciones laborales (Artículo 2.2.1.2.3.1.13. del decreto 1082 de 2015	Constituir garantía de Salarios y prestaciones sociales e indemnizaciones	8% del valor del contrato	Por la duración del contrato y tres (3) años más
Cobertura del Riesgo de responsabilidad civil extracontractual Artículo 2.2.1.2.3.1.5 del Decreto 1082 de 2015	Responsabilidad Civil Extracontractual	200 SMLMV	Por la duración del contrato.

d) **Forma de pago**

Analizados los procesos de la entidad estatal y de otras entidades, la forma de pago recomendada para el presente proceso de selección será a través de actas parciales, porcentaje de ejecución llevado por el contratista a la fecha de la presentación de la cuenta de cobro.

Dentro del presupuesto van incluidos todos los impuestos, tasas y contribuciones nacionales, departamentales y municipales que se causen para la suscripción, legalización.

e) **Experiencia exigida al proveedor**

En cuanto a la experiencia exigida a los proponentes, todos los procesos consultados exigen que la experiencia sea acreditada con la certificación de máximo 2 contratos ejecutados en los últimos cinco años cuyos presupuestos sumados alcancen el presupuesto oficial, los contratos deberán estar inscritos en el RUP y deberán contener al menos cuatro de los siguientes códigos:55121700, 86101700,80141900,801416 y 82101600

f) **Especificaciones o requisitos técnicos relevantes**

Considerando la información arrojada por el análisis de procesos estudiados, se recomienda que, para una ejecución idónea del contrato, se cuente con un equipo de trabajo, el cual sea solicitado a los proponentes para el desarrollo de procesos como este. Se sugiere que el equipo sea el siguiente: Coordinador de eventos logísticos y un profesional turístico.

Así mismo, se vislumbra que un requisito relevante en las muestras sometidas a estudio, es el relacionado con la experiencia de los proponentes, en donde las entidades públicas exigen certificaciones de contratos cuyos objetos se relacionen con el objeto del proceso y cuyo valor sea equivalente o superior al presupuesto oficial.

g) **Criterios de evaluación**

De acuerdo con las muestras consultadas, las entidades reconocen importancia a los siguientes aspectos en materia de calidad y concediendo puntaje:

1.Oferta de algún servicio adicional requerido por la entidad.

De igual forma, las entidades otorgan importancia a los siguientes criterios económicos, por los cuales también reconocen puntaje:

2. Propuesta económica concediendo puntaje al menor valor, o determinando el mayor puntaje de acuerdo al de una TRM que escoja una de las diferentes fórmulas que defina la mejor oferta económica.

3.4. Aspectos técnicos de la demanda

Para un mejor análisis del servicio a contratar, a continuación, se relaciona las necesidades del posible contrato:

ESTUDIO DEL SECTOR

En virtud de la misión y de las responsabilidades que le son propias a la Secretaria de Turismo del Distrito de Cali, tanto desde el punto de vista misional como de gestión, se considera necesario contratar la prestación del servicio para el apoyo logístico para la implementación de las iniciativas de turismo al barrio y rural en la comunas 20 y los corregimientos Pichinde, Villa Carmelo y Felidia, el proveedor será el encargado de organizar los diferentes eventos, proyectos, actividades, socialización y capacitaciones, entre las siguientes actividades:

3.4.1. Caracterización de prestadores de servicios turísticos.

Como se mencionó anteriormente asegurar una correcta convocatoria para las diferentes acciones que adelanta la Secretaría es de alta importancia para garantizar la efectividad de sus eventos y campañas. Así mismo, para la correcta realización de las rutas turísticas se hace necesario que a través de diferentes actividades se logre realizar una caracterización y actualización de aquellos prestadores de servicios turísticos que se consolidan como actores fundamentales en la oferta turística de la ciudad y corregimiento.

3.4.2. Capacitaciones.

La Secretaría de Turismo Distrital de Santiago de Cali considera pertinente realizar un servicio de apoyo a la formación no formal además de ser un elemento necesario para la implementación de iniciativas de turismo rural y urbano teniendo en cuenta que en estas formaciones dirigidas a la comunidad potencializan e incrementan la oferta turística en Santiago de Cali.

3.4.3. Mejoramiento y Señalización de las Rutas Turísticas.

Posicionar a Cali y sus corregimientos como un importante destino turístico de Colombia, es una de las metas de la Secretaria de Turismo, por ello se hace necesario fortalecer la oferta y los productos turísticos y por consiguiente se deben generar estrategias que permitan desarrollar y mejorar el ornato de la infraestructura turística ya que por su vocación, características geográficas, diversidad cultural, paisajística, biodiversidad, además de las actividades académicas, culturales, deportivas y el ya reconocido turismo de reuniones. Cali puede destacarse entre los mejores destinos del País y del Mundo para visitar, en la medida que se establezcan estrategias innovadoras en el desarrollo de productos turísticos, que fortalezca su promoción como lo es el mejoramiento de las rutas turísticas.

Los demás eventos estratégicos que se requieran realizar para promocionar e implementar estrategias de turismo rural y urbano en la ciudad de Cali como un destino (entre los que se destacan los ya señalados).

Que el Distrito especial de Cali, requiere mejorar el relacionamiento, acercamiento y percepción que tienen los turistas nacionales y extranjeros con la ciudad, así como caracterizar, identificar y articular a los prestadores de servicios turísticos que actualmente se encuentran en Cali, por tanto es necesario, generar mayor interacción, con adecuadas acciones y actividades que

permitan espacios propicios para difundir aquellos programas y planes que tiene para ofrecer la ciudad a toda la comunidad.

Para cumplir con dicho objetivo se requiere del apoyo logístico en la realización de eventos, actividades, experiencias, activaciones, ruedas de negocios, capacitaciones, caracterización y campañas a realizarse en la vigencia 2022, con los que se logre una articulación que tenga como objetivo incrementar la demanda turística en la ciudad y los corregimientos.

3.4.1. Activación y promoción de la oferta turística de Santiago de Cali.

El objetivo del organismo es contribuir en la reactivación económica del sector turístico de Santiago de Cali, sector que se ha visto afectado en gran medida por la crisis generada por la pandemia de covid-19, se quiere mantener a Cali como destino turístico nacional e internacional moderno y alistarse para apropiar las recientes tendencias de los viajeros una vez se declare por parte del gobierno nacional la superación de la emergencia sanitaria.

Santiago de Cali está reactivando la conectividad aérea, marítima y terrestre con muchos lugares con los cuales había cerrado conexión por la pandemia, lo que se busca es una reactivación que no solo sea sostenible, sino rápida, y además la oferta turística de Santiago de Cali se ajusta a la demanda, la cual está más dirigida a la sostenibilidad, al turismo de naturaleza y buscar destinos menos visitados, por eso la oportunidad de posicionar la ciudad con activaciones estratégicas que dinamicen el proceso y nos regrese indicadores pre pandemia y que estos sean el punto de partida para seguir creciendo.

La activación del sector obliga a rediseñar la oferta para estar a la vanguardia y preparar a Santiago de Cali como destino turístico en la post pandemia, el objetivo es continuar con una promoción orientada al turismo de calidad y sostenible, Cali tiene una ventaja competitiva en este campo y la crisis del Covid-19 a fortalecido la oferta verde, la gente está buscando ambientes con menos aglomeraciones y rodeados de naturaleza, lo anterior nos obliga realizar activaciones por sectores resaltando la oferta de servicios y productos desarrollados para que se promocionen y poder generar seducción, familiaridad y promover una activación efectiva del de los nichos más demandados en la actualidad como lo son ecoturismo, bienestar, avistamiento de flora y fauna, entre otras, así como experiencias en turismo comunitario.

Por otro lado, es importante tener en cuenta que Santiago de Cali es una de las ciudades capitales más importantes de Colombia. Hoy por hoy es conocida mundialmente por referentes negativos gracias al narcotráfico, la violencia y la inseguridad. Sin embargo, su riqueza natural, gastronómica, deportiva, cultural y la calidad humana reconocida a nivel internacional son grandes factores que vale la pena mostrar.

Esta importante oferta turística hace parte de las buenas noticias que se tienen que contar no solo para el mejoramiento de su economía por medio del turismo, sino para posicionar una

imagen positiva de Santiago de Cali que en los últimos meses ha sido noticia con malos acontecimientos y sobre todo la inseguridad. Por estos motivos se hace necesaria una estrategia comunicacional donde la imagen, el video, la televisión y las nuevas tecnologías se catalogan como una herramienta masiva de difusión para la promoción de una ciudad que tiene mucho por mostrar, que le permitirá ser un nuevo destino turístico preferido por los viajeros.

Para lograr lo anterior se requiere diseñar e implementar una estrategia de divulgación con alcance nacional e internacional para posicionar a Cali como destino turístico del mundo, teniendo en cuenta la problemática que se evidencia de baja promoción de Santiago de Cali como destino debido indirectamente a la limitada difusión de Santiago de Cali como destino turístico en medios de comunicación.

3.5. Clasificación UNSPSC

En el cuadro que se observa a continuación se relacionan los códigos identificados, para este proceso conforme al clasificador de bienes y servicios establecido por Colombia Compra Eficiente. Los códigos fueron identificados considerando aquellos utilizados en procesos de contratación de otras entidades con objetos y actividades similares, permitiendo depurar y seleccionar los más adecuados para el presente proceso.

Código	Segmento	Familia	Clase	Producto
Servicios	86-Servicios Educativos y de Formación	861-Formación profesional	86101700-Servicios de capacitación vocacional no científica	N/A
Servicios	55-Publicaciones impresas, publicaciones electrónicas y accesorios	5512-Etiquetado y accesorios	55121700 señalización	N/A
Servicios	80- Servicios de gestión, servicios profesionales de empresa y servicios administrativos	801- Comercialización y distribución	80141600 Gestión de eventos	N/A
Servicios	82- Servicios editoriales, de Diseño, de artes gráficas y bellas artes	821- Publicidad	82101600 Publicidad difundida	N/A

Servicios	80- Servicios de gestión, servicios profesionales de empresa y servicios administrativos	801- Comercialización y distribución	801419 Talento o entretenimiento	N/A

3.6. Especificaciones del Servicio

Teniendo en cuenta que en el proceso de ejecución del contrato se presentan requerimientos puntuales relacionados con el espacio a intervenir, la necesidad u/o ausencia de elementos que se deben contemplar para garantizar la efectiva ejecución del contrato, es importante mencionar que dentro del proceso a contratar se incluyen fichas dirigidas en tres de los casos a zona rural y una a zona urbana, esto genera que la ejecución del proyecto demande elementos diferentes para cada una de las cuatros zonas, independientemente de si es rural o urbano son espacios totalmente distintos en geografía y estructura.

En este sentido, y considerando que la totalidad de los insumos, materiales, servicios o ítems requeridos para la realización de las actividades que la Secretaría de Turismo debe desarrollar con el objetivo de implementar de las iniciativas de turismo al barrio y rural en la comunas 20 y los corregimientos Pichinde, Villa Carmelo y Felidia, no pueden ser definido con exactitud la totalidad y cantidad de insumos a utilizarse, entendiendo que algunos de sus elementos pueden variar de acuerdo con las circunstancias de tiempo, modo y lugar, es pertinente manifestar que la necesidad a satisfacer se recomienda que se realice mediante un contrato tipo bolsa o monto agotable ,cuya dirección y estrategia se encuentre orientado por la Secretaria de Turismo y en donde el supervisor del contrato ordene ítems conforme se vaya adelantando la ejecución contractual.

En este orden de ideas, y después de estudiado con el equipo técnico de la Secretaria, se concluye que los ítems que se requieren con mayor frecuencia en la realización de las actividades descritas se asocian con el cuadro que se describe a continuación:

#	DESCRIPCION	UNI MEDIDA	CANT.
1	Organizador de eventos logísticos	Hora	1

ESTUDIO DEL SECTOR

2	Fabricación e instalación de placa Histórica con las siguientes especificaciones técnicas: IMPRESO GRÁFICO •Vinilo blanco tipo adhesivo P4 plastificado transparente pegado en seco sobre acrílico 2mm transparente de 500x 800 mm, esqui-nas redondeadas r= 50 mm. SUPERFICIE DE PROTECCIÓN DE PELÍCULA IMPRESA • Acrílico 6 mm de espesor de 500 x 800mm con bordes pulidos y esquinas redondeadas con radio 50 mm con película protectora anti grafiti según tamaño de cada pieza, adherida a acrílico por presión sobre rodillos neumático de 50Kg/cm2. ESTRUCTURA • Pedestal en tubería redonda de Acero inoxidable de 2 ½ calibre 16 (1,5mm), de 1300 mm de altura, marco estructural en perfil de acero inoxidable 304 rectangular de 500 alto x 800 de ancho mm calibre 16(1.5mm). CIMENTACIÓN. cartelas de 50x 100 mm tipo cuña, la base se sujetará mediante tornillos de ½" grado 5 a cimentación de altura 40 cms, amarrados a través de la estructura con 5 flejes de 3/8" de longitud lateral 20 cms.	Unidad	1

ESTUDIO DEL SECTOR

3	Fabricación e instalación de panel horizontal con las siguientes especificaciones técnicas: ESTRUCTURA Estructura interna en perfilaría rectangular de acero inoxidable 304 de 100x50x3mm de espesor, consta de dos perfiles de 1370 mm de longitud, dos perfiles de 600mm. Dos placas base en lámina acero inox 304 espesor 6 mm de 300 x 300 mm y 4 perforaciones de 15mm, 4 cartelas de 50 x 10 mm en acero 304 de 6 mm de espe-sor. RECUBRIMIENTO Lámina de acero 304 satinada cal 16 (1,5mm) MATERIA PRIMA: Consta de dos láminas de 600mm de largo con dobleces en uno de los costados de 150mm, con el fin de generar un sistema de ajuste corredizo de todos los componentes del panel histórico en la parte superior y una lámina de 1450 x 150 mm con un doblez en un extremo para ser ubicado en la parte frontal del mismo, los elementos se unirán a la estructura mediante soldadura tipo TIG (Tungsten inert gas) con el fin de garantizar acabado y la no deformación de los elementos. IMPRESO GRÁFICO Vinilo blanco tipo adhesivo P4 plastificado en vinilo transparente pegado en seco sobre acrílico 4mm transparente, transferencia por presión sobre rodillo neumático de 50Kg/cm2, impresión de 1200 dpi de resolución. SUPERFICIE DE PROTECCIÓN DE PELÍCU-LA IMPRESA Vidrio de seguridad de 8mm bordes pulidos brillados arista a 45° de 1450 x 500 mm, pelí-cula protectora anti grafiti según tamaño de cada pieza adherida a vidrio por presión so-bre rodillo neumático de 50Kg/cm2 TAPA SUPERIOR Lámina de acero Inox 304 satinada cal 16 (1,5mm) MATERIA PRIMA La tapa tendrá una medida libre superior de 1510 mm de longitud por 150 mm ancho altu-ra 50 mm, elementos unidos mediante doble-ces y soldadura	Unidad	1

	tipo TIG (Tungsten inert gas), anclaje a 0,05 0,05 0,30 0,30 perforación d= 15mm 0,10 0,05 DETALLE CARTELA PLACA BASE Detalle cartela y placa 99 estructura mediante 4 torni-llos “anti vandálicos de 6mm tipo Bristol en la parte superior y empaque de neopreno de 4 mm. ACCESIBILIDAD Lectura braille certificada e incorporada en acrílico de 1450 x 100 x 12 mm ubicado horizontalmente en la zona infe-rior del panel horizontal, ensamblado a este mediante el sistema recubrimiento de ajuste corredizo. ANCLAJE Y CIMENTACIÓN Base anclada a cimentación con pernos de anclaje de ½” en concreto de 3000 psi. La cual se apoyará sobre una cimentación con una placa nivela-dora en acero inox 6 mm rectangular de 300 x 800 mm y espesor de 6mm que se sujetan mediante tornillos de ½” grado 5.		
4	Carpas de 2Mx2M	Unidad	1
5	Carpas de 5M X 5M	Unidad	1
6	Fabricación e instalación Placa de vidrio templado calibre 15 milímetros tallada según imagen medidas 50cm*1m	Unidad	1
7	Fabricación e instalación de cesto de basura tipo Eucol	Unidad	1
8	Planta ornamental pequeña altura hasta 20 cm incluye (siembra, tierra agrícola y riego de prendimiento)	Unidad	1

9	Planta ornamental mediana altura 20 a 40 cm (incluye siembre, tierra agrícola y riego de prendimiento)	Unidad	1
10	Banca prefabricada tipo cubo medida 40*40*43 cm	Unidad	1
11	Prestar servicio de limpieza de adoquín aproximadamente 200 M2	Unidad	1
12	Pintura coraza exterior para muros bajos 2MM aproximadamente 250 m2 (incluye suministro y mano de obra)	Unidad	1
13	Fabricación e instalación de las banderas peatonales con las siguientes características. ESTRUCTURA: Estructura en tubería redonda de acero inoxidable de 2 ½" calibre 16 (1,5mm) de es-pesor, 2700 mm de altura, marco para conte-nido gráfico de 400x 600 mm elaborado en perfil de acero inoxidable rectangular de 80 x 40 mm calibre(1,5mm) . MATERIA PRIMA Consta de dos láminas de 110 mm ancho por 690 mm largo, bordes redondeados de esquinas con radios de 30 mm, tubo en acero inox 304 de 3" calibre 16(1,5mm), con tapas en acrílico rojo y letra blanca en el cual se plasma el símbolo del punto de Información en las dos caras, los dos elemen-tos unidos a la estructura mediante soldadura tipo TIG (Tungsten Inert Gas) para garantizar acabado y la no deformación de los elemen-tos. IMPRESO GRÁFICO PARA TABLERO Vinilo blanco tipo adhesivo P4 plastificado transparente pegado en seco sobre acrílico de 2 mm blanco, tipo de transferencia por presión sobre rodillo neumático de 50Kg/cm2, impresión de 1200 dpi de resolución. ANCLAJE Y CIMENTACIÓN Placa base an-clada a cimentación con pernos de ½" en concreto de 3000 psi, la cual se apoyará sobre una cimentación con una placa nivela-dora circular de 250mm de diámetro en acero Inox 304 con un espesor de 6mm, cartelas de 50 x 100 mm tipo cuña, la base se sujeta-rá mediante arandelas y tornillos de ½" grado 5 a cimentación.	Unidad	1

14	Adecuación de valla metálica, altura 2,64, ancho 5,70 mediante grafica (2 caras)	Unidad	1
15	Stand de madera de 3 niveles para ubicación y muestra de productos. medidas 60 ancho * 1.10 de alto	Unidad	1
16	Realizar caracterización de la oferta turística de la comuna 20 (INCLUYE MINIMO 5 AUXILIARES LOGISTICOS POR DIA)	Unidad	1
17	Realizar caracterización de la oferta turística de la comuna 1. (INCLUYE MINIMO 5 AUXILIARES LOGISTICOS POR DIA)	Unidad	1
18	Realizar caracterización de la oferta turística del corregimiento de Felidia. (INCLUYE MINIMO 5 AUXILIARES LOGISTICOS POR DIA)	Unidad	1
19	Realizar caracterización de la oferta turística del corregimiento los Pichinde. (INCLUYE MINIMO 5 AUXILIARES LOGISTICOS POR DIA)	Unidad	1
20	Realizar caracterización de la oferta turística del corregimiento los Villacarmelo. (INCLUYE MINIMO 5 AUXILIARES LOGISTICOS POR DIA)		
21	Alquiler de silla plástica con brazo	Unidad	1
22	Personal de apoyo logístico de monte y desmonte. El personal debe estar con la indumentaria requerida para esta actividad (Guantes, Botas con punta de acero, faja de trabajo pesado y certificaciones correspon-dientes para trabajos de altura y otros)	Hora	1
23	Capacitador con formación profesional en turismo previa aprobación de la Secretaría de Turismo	Hora	1
24	Alquiler de locación con capacidad mínima para 50 personas en zona urbana	Unidad	1
25	Alquiler de locación con capacidad mínima para 50 personas en zona rural	Unidad	1
26	Material didáctico para conferencias y/o Talleres	Unidad	1
27	Puntos De Registro Digital: incluye personal, administración, depuración, sistematización, custodia y entrega de la base datos.	Unidad	1
28	Pantalla de gran formato - telón de proyección (front - back) de 3 x 4 m con video beam de 3000 lumens	Unidad	1
29	Alquiler de Video Beam Hd De más 8000 Lumens a 15000 Lumens (por día)	Unidad	1

30	Cable HDMI Medidas mediano alcance	Unidad	1
31	Cubrimiento fotográfico y de video en Evento (por día) y entrega de material	Unidad	1
32	Alquiler de wifi en espacio para eventos con capacidad para 100 personas	Unidad	1
33	Transporte De Personas para 50 personas zona rural	Unidad	1
34	Transporte De Personas para 50 personas zona urbana	Unidad	1
35	Refrigerios Tipo A (• Producto de panadería: de sal o de dulce o sándwich (pan, jamón (cerdo, pollo, cordero, pavo, etc.), queso (doble crema o mozzarella), lechuga (lisa o rizada)) • Bebida: Jugo de fruta, leche o derivados, sorbetes, malteada, gaseosas en empaque biodegradable o reciclable. No en bolsas • Fruta • Empaque biodegradable. • Presentar 4 alternativas o atender a solicitud de enfoque diferencial cuando así lo requiera la Entidad. Incluye transporte y servicio (distribución en sitio de realización del evento o actividad e impuesto al consumo si aplica – así mismo se debe garantizar la cadena de frio hasta la entrega a la entidad y en caso de requerirse y se solicite por la dependencia garantizar el servicio de refrigeración a través de cavas que permitan garantizar la cadena de frio de los alimentos o bebidas hasta su distribución en el evento)	Unidad	1
36	Permiso de Dagma	Unidad	1
37	Brigada de aseo	Unidad	1
38	Máquinas dispensadoras de gel antibacterial-activadas con el pie incluido y el gel antibacterial	Unidad	1
39	Materiales para Murales Graffti (latas de aerosol)	Unidad	1
40	Materiales para Murales Graffti (Galón de vinilo)	Unidad	1
41	FLYERS PROGRAMAS INSTITUCIONALES	Unidad	1
42	Pendón en lona con ojal de 150 x 100	Unidad	1
43	Impresión de certificados - Previa elección de diseño y contenido (Texto)	Unidad	1
44	Cartilla informativa impresas con contenidos del curso y hojas libres para tomar apuntes, a color, de máximo 50 páginas.	Unidad	1

45	Telescopio Diseño óptico: Reflector newtoniano -Abertura: 114 mm (4,48 ") -Longitud focal: 1000 mm (39,37 ") -Relación focal: f / 8,7 -Aumento: 50x, 100x -Magnitud limitante: 12.8 -Aumento mínimo: 16x -Mayor aumento: 269x	Unidad	1
46	Cámara profesional Sensor CMOS APS-C de 24.1MP Procesador de imágenes DIGIC 8 Pantalla táctil de 3.0 «, 1.04m-Dot con inclinación de 180 ° Grabación de video UHD 4K y HD 720p 120 Dual Pixel CMOS AF ISO 100-25600, 6.1 fps Shooting Built-In Wi-Fi y Bluetooth Self-Portrait Mode, 4K Time-Lapse Movie EF-M 15-45mm f/3.5-6.3 IS STM Lente	Unidad	1
47	Coordinar y convocar a los diferentes grupos, gremios, colectivospara una mesa técnica, el cual debe incluir locación con servicio de catering	Unidad	1
48	impreso de cuarto de página en periódico o revista con divulgación a nivel regional	Unidad	1
49	Adquisición de silla plástica sin brazo	Unidad	1
50	adquisición de Mesa plástica cuadrada	Unidad	1
51	Estación de café para cada jornada de capacitación	Unidad	1
52	Tijeras para poda	Unidad	1
53	Caneca para desecho de perros con dispensador de bolsa	Unidad	1
54	Brocha para pintura de muro en exteriores	Unidad	1
55	20 Segundos de cuña radial con difusión a nivel nacional	Unidad	1
56	Comercial de 30 segundos en televisión regional	Unidad	1
57	Entrevista en televisión con cobertura regional	Unidad	1
58	Aviso de cuarto de pagina	Unidad	1
59	Pauta digital con banner en home	Unidad	1
60	Pauta en redes sociales publicación en Instagram por un (1) dia con alcance a la población de Santiago de Cali	Unidad	1
61	Pauta en redes sociales publicación en Facebook por un (1) dia con alcance a la población de Santiago de Cali		
62	Diseño de mosaicos por metro cuadrado	Unidad	1
63	Banca en concreto tipo cupo 40*40 Cms	Unidad	1

64	Banca en madera plástica con estructura metálica. De 2,1 m de ancho.	Unidad	1
65	Banca en madera plástica con estructura metálica.	Unidad	1
66	Pergola en madera plástica de 2,10 m de altura, 2,10 m de ancho y 1,20 m de ancho	Unidad	1
67	Deck de madera plástica sobre piso a 40 cms de altura. Precio por metro cuadrado.	Unidad	1
68	Lamparas de iluminación led solar, incluye panel.	Unidad	1
69	Amplificador de voz portátil personal, con auriculares, recargable. Multiusos (amplificador y grabador de voz), con conexión a bluetooth, USB o radio.	Unidad	1
70	Binoculares	Unidad	1
71	Video HD de 4 minutos con cápsulas de 15 a 20 segundos en formato MP4: Grabación, edición, postproducción, libreto, guión, tomas aereas y musicalización	Unidad	1
72	Impresión de mapas turísticos - Previa aprobación de la Secretaria de Turismo del diseño del mapa con rutas turisticas diseñado por el operador.	Unidad	1
73	Servicio de alimentación (Almuerzo tipo ejecutivo) (Proteina, harina, principio y ensalada)	Unidad	1
74	Costo de entrada de los sitios a visitar en las salidas de campo. Ejemplo zona rural (La Florida el bosque de las aves / la Doble Espiral / Tierra Magia / El mirador de las orquideas / Bichacue Yath)	Unidad	1
75	Permiso de eventos en espacio público.	Unidad	1
76	Profesional en turismo con experiencia certificada en diseño de rutas, elaboración de diagnosticos e inventarios turísticos, elaboración de documentos tecnicos y desarrollo de productos turisticos.	Hora	1
77	Guia turistico profesional con RNT activo y tarjeta profesional.	Hora	1
78	Gestores turisticos con conocimientos tecnicos y/ tecnologicos en turismo.	Hora	1
79	Profesional en diseño grafico.	Hora	1
80	Aviso de 20 cm x 27 cm con Códigos de respuesta rápida (QR) en acrilico	Unidad	1
81	Presentación pareja de baile	Hora	1
82	Presentación grupo de baile	Hora	1

83	Presentación de grupo teatral	Hora	1
84	Espectáculo de grupo urbano de arte en vivo	Hora	1
85	Espectáculo de cocina en vivo	Hora	1
86	Señal turistica en zona urbana ajustada al manual de señalización turistica de la Secretaria de Turismo del 2020	Unidad	1
87	Señal turistica en zona rural ajustada a las normas basicas para la diagramación y señalización de parques nacionales de Colombia del 2020	Unidad	1
88	Logistica para convocatoria (Llamadas, mensajes de texto, envio de correos electronicos)	Unidad	1
89	Coordinador logístico por día en zona rural.	Hora	1
90	Coordinador logístico por día en zona urbana.	Hora	1
91	Auxiliar de apoyo logístico por dia en zona rural.	Hora	1
92	Auxiliar de apoyo logístico por dia en zona urbana.	Hora	1
93	Camiseta tipo polo con logo institucional.	Unidad	1
94	Camiseta tipo T-Shirt con logo institucional.	Unidad	1
95	Alquiler de cabinas amplificadas de 15" + MIC + trípode	Unidad	1
96	Alquiler de diademas + amplificador de voz.	Unidad	1
97	Lapiceros con logo institucional.	Unidad	1
98	Libretas con logo institucional.	Unidad	1
99	Alquiler de pantalla led 3 mts x 2 mts	Unidad	1
100	Alquiler de sonido profesional - Cabina RCF.	Unidad	1
101	Alquiler de sonido profesional - MIC alámbricos.	Unidad	1
102	Alquiler de sonido profesional - Bajo Doble.	Unidad	1
103	Alquiler de sonido profesional - Monitores de tarima.	Unidad	1
104	Honorarios de tecnico profesional en sonido.	Hora	1
105	Alquiler de sonido profesional - Computador de sonido (PC)	Unidad	1
106	Alquiler de mesas tipo tablón 1,50 mts x 0,6 mts	Unidad	1
107	Alquiler de manteles para vestir mesas tipo tablón.	Unidad	1
108	Alquiler de sillas tipo panelista.	Unidad	1
109	Grupo musical acompañamiento	Hora	1
110	Transporte camioneta zona rural x hora	Unidad	1
111	Transporte tipo automóvil zona urbana x hora	Unidad	1
112	Transporte De Personas para 30 personas zona rural	Unidad	1
113	Transporte De Personas para 40 personas zona rural	Unidad	1

114	Transporte De Personas para 30 personas zona urbana	Unidad	1
115	Transporte De Personas para 40 personas zona urbana	Unidad	1
116	Alquiler de ventiladores	Unidad	1
117	Alquiler de tarimas de 4x3 mts	Unidad	1
118	Cuñete de cinco (5) galones con pintura para exteriores.	Unidad	1
119	Aerosoles para exteriores	Unidad	1
120	Brochas para exteriores	Unidad	1
121	Rodillos para exteriores	Unidad	1
122	Bandeja para pintura	Unidad	1
123	Extensores para rodillos	Unidad	1
124	Honorarios artistas para intervención murales	Hora	1
125	Honorarios de mano de obra de limpieza de estructuras.	Hora	1
126	Honorarios de facilitador con conocimientos ancestrales	Hora	1
127	Espectaculo artístico tipo recreación	Hora	1
128	Elaboración de panel horizontal + instalación	Unidad	1
129	Honorarios de organizador logistico por hora.	Hora	1
130	Pendón de 2x1 mts	Unidad	1
131	Pendón tipo ROLL UP 2x1 mts	Unidad	1
132	Alquiler de Carpas de 3M X 3M	Unidad	1
133	Alquiler de Carpas de 6M X 6M	Unidad	1
134	Alquiler de Sillas Rimax	Unidad	1
135	Alquiler de planta eléctrica de 75 kva	Unidad	1
136	Alquiler de baños portátiles	Unidad	1
137	Honorarios de Fotografo que entregara el material fotografico x día	Hora	1
138	Defensa civil	Unidad	1
139	Brigadas de aseo	Unidad	1
140	Cuñas radiales	Unidad	1
141	Alquiler de sonido para evento completo en paquete (4 cabinas, cabina amplificada de 15 pulgadas con trípode (conexión de micrófonos inalámbricos y conexión para PC) consola digital de más de 12 canales. cableado necesario)	Paquete	1
142	Alquiler de sonido para evento completo en paquete(Sonido a piso, bajo por lado y tres (03)	Paquete	1

	cajas por lado conexión de micrófonos inalámbricos y conexión para PC), consola digital de más de 16 canales. cableado necesario)		
143	Alquiler de sonido para evento completo en paquete (Líne Array. Cuatro (04) bajos dobles y seis (06) cajas por lado, sistema de monitoreo para tarima. (conexión de micrófonos inalámbricos y conexión para PC),cableado necesario)	Paquete	1
144	Alquiler de luces evento (36 pares led, 8 robóticas, consola de luces y cableado necesario)	Paquete	1
145	Alquiler de luces evento (24 pares led, 4 robóticas, consola de luces y cableado necesario)	Paquete	1
146	Alquiler de par de luces led con cableado necesario.	Unidad	1
147	Alquiler de luz robotica mediana con cableado necesario.	Unidad	1
148	Alquiler de consola de luces con cableado necesario.	Unidad	1
149	Alquiler de pantalla de video led 3x2 mts a menos de seis (06) pitch, con la estructura de montaje y procesador, incluyendo el cableado necesario.	Unidad	1
150	Alquiler de pantalla de video led 4x3 mts a menos de seis (06) pitch, con la estructura de montaje y procesador, incluyendo el cableado necesario.	Unidad	1
151	Alquiler de Televisor 32" con base a piso movible (instalada)	Unidad	1
152	Alquiler de Televisor 50" con base a piso movible (instalada)	Unidad	1
153	Alquiler de BACKLINE (Base para orquesta Diferentes géneros musicales, (instrumentos de acuerdo a orquesta), amplificador (de acuerdo al backline de la orquesta), cantidad (de acuerdo al backline de la orquesta). De cuatro (04) integrantes a 10 integrantes (10))	Paquete	1
154	Alquiler de BACKLINE (Base para orquesta Diferentes géneros musicales, (instrumentos de acuerdo a orquesta), amplificador (de acuerdo al backline de la orquesta), cantidad (de acuerdo al backline de la orquesta). de once (11) integrantes a veinte (20) integrantes).	Paquete	1

155	Tiquetes Aéreos Nacionales - Clase económica- ida y regreso (Otro destino nacional-Cali-Otro destino nacional) en promedio	Unidad	1
156	Tiquetes Aéreos Internacional - Clase económica-ida y regreso, en promedio	Unidad	1
157	Transporte urbano: aeropuerto hotel-hotel aeropuerto	Unidad	1
158	Transporte urbano: hotel evento-evento hotel	Unidad	1
159	ALOJAMIENTO. Hoteles con calificación de tres (03) estrellas. (Acomodación doble)	Unidad	1
160	ALOJAMIENTO. Hoteles con calificación de cuatro (04) estrellas. (Acomodación doble)	Unidad	1
161	ALOJAMIENTO. Hoteles con calificación de cinco (05) estrellas. (Acomodación doble)	Unidad	1
162	ALOJAMIENTO. Hoteles con calificación de tres (03) estrellas. (Acomodación sencilla)	Unidad	1
163	ALOJAMIENTO. Hoteles con calificación de cuatro (04) estrellas. (Acomodación sencilla)	Unidad	1
164	ALOJAMIENTO. Hoteles con calificación de cinco (05) estrellas. (Acomodación sencilla)	Unidad	1
165	ALOJAMIENTO. Hoteles con calificación de tres (03) estrellas. (Acomodación triple)	Unidad	1
166	ALOJAMIENTO. Hoteles con calificación de cuatro (04) estrellas. (Acomodación triple)	Unidad	1
167	ALOJAMIENTO. Hoteles con calificación de cinco (05) estrellas. (Acomodación triple)	Unidad	1
168	Refrigerio Tipo I – incluye: un (1) producto de panadería (Ej. Pan de bono, almojábana, fritos) y una bebida envasada (Ej. Jugo, avena) / Refrigerio Tipo I - Tipo Bufete, empaquetado o servido a la mesa	Unidad	1
169	Refrigerio Tipo II – Incluye producto de hojaldre (Ej. Pastel de pollo) y una bebida envasada (Ej. Jugo, avena). / Refrigerio Tipo II – Tipo Bufete o empaquetado o servido a la mesa	Unidad	1
170	Refrigerio Tipo III Corresponde a alimentos más elaborados (Ej. Sándwich gourmet, crepes, wraps) y una bebida fría (E. jugo natural) y bebida caliente (Ej. Café, te) / Refrigerio Tipo III-Tipo Bufete, empaquetado o servido a la mesa	Unidad	1

171	DASAYUNOS Corresponde a una (01) proteína (huevo diferentes presentaciones (Ej. Pericos, omelete), con 1 producto de panadería (Ej, Pan, Tostadas), Fruta, bebida fría (Jugo Natural) y bebida caliente (Café, Chocolate, te, agua aromática) Tipo Bufete o Servido a la mesa	Unidad	1
172	Agua en Bolsa x 24 unidades	Unidad	1
173	Agua en Botella x 24 unidades	Unidad	1
174	Alquiler de espacio locativo con capacidad para 20 personas	Unidad	1
175	Alquiler de espacio locativo con capacidad para 50 personas	Unidad	1
176	Alquiler de espacio locativo con capacidad para 100 personas	Unidad	1
177	Alquiler de silla plástica sin vestir	Unidad	1
178	Alquiler de silla plástica vestida	Unidad	1
179	Alquiler de silla ejecutiva	Unidad	1
180	Alquiler de silla tiffany	Unidad	1
181	Alquiler de tablón - 1.80 x 0.60 instalada sin vestir	Unidad	1
182	Alquiler de tablón - 1.20 x 0.60 instalada sin vestir	Unidad	1
183	Alquiler de tablón - 2.40 x 0.60 instalada vestido (Vestido expandes)	Unidad	1
184	Alquiler de tablón - 2.40 x 0.60 instalada vestido (Faldón y sobre/mantel)	Unidad	1
185	Alquiler de tablón - 1.80 x 0.60 instalada vestido (Vestido expandes)	Unidad	1
186	Alquiler de tablón - 1.80 x 0.60 instalada vestido (Faldón y sobre/mantel)	Unidad	1
187	Alquiler de tablón - 1.20 x 0.60 instalada vestido (Vestido expandes)	Unidad	1
188	Alquiler de tablón - 1.20 x 0.60 instalada vestido (Faldón y sobre/mantel)	Unidad	1
189	Alquiler de mesa - 4 puestos 60x60, vestida instalada (Vestido expandes)	Unidad	1
190	Alquiler de mesa - 4 puestos 60x60, vestida instalada (Faldón y sobre/mantel)	Unidad	1
191	Mesa redonda - 1.50 instalada sin vestir	Unidad	1
192	Mesa redonda - 1.50 instalada sin vestir	Unidad	1
193	Carpa con techo - 2x2 de ancho por 2.5 mt de alto. Instalada blanco	Unidad	1

194	Carpa con techo - 3x3 por 2.5 mt de alto. Instaladablanco	Unidad	1
195	Carpa con techo - 4x4 por 2.5 mt de alto. Instaladablanco	Unidad	1
196	Carpa con techo - 6x6 instalada x 2.5. mt. Instaladablanco	Unidad	1
197	Tarima - 3.60 x 2.40 instalada	Unidad	1
198	Tarima - 4.80 x 3.60 instalada	Unidad	1
199	Tarima - 6.00 x 4.80 instalada	Unidad	1
200	Tarima - 8.40 x 6.00 instalada	Unidad	1
201	Tarima - 9.60 x 6.00 instalada	Unidad	1
202	Piso tablado - 6x6 instalado	Unidad	1
203	STAND (Sencillo 2 * 3 metros con panelería, cuatro sillas, una mesa con mantel y sobre mantel, conexiones eléctricas, extensiones si es necesario, conexión a internet inalámbrica de por lo menos 5 megas) instalado	Unidad	1
204	STAND (Sencillo 2 * 3 metros con panelería, cuatro sillas, una mesa con mantel y sobre mantel, conexiones eléctricas, extensiones si es necesario.	Unidad	1
205	SALA LOUNGE 2 muebles grandes y 4 pubs y su respetiva mesa, instalada.	Unidad	1
206	PERSONAL DE LOGÍSTICA Con disponibilidad en horarios diurnos, nocturnos de lunes a domingo y días festivos de ser necesario. Por evento	Dia	1
207	PERSONAL DE LOGÍSTICA Con disponibilidad en horarios diurnos, nocturnos de lunes a domingo y días festivos de ser necesario. Por hora	Hora	1
208	PLANTA ELECTRICA para eventos desde trescientos (300) hasta quinientas (500) personas. Que requieran sonido y luces pantallas led – planta de 75 KWA	Unidad	1
209	SERVICIO DE INTERNET con un punto o una línea de Internet Dedicado (Instalado)	Unidad	1
210	SERVICIO DE INTERNET Punto de conexión a internet (Instalado)	Unidad	1
211	SERVICIO DE INTERNET Conexión a internet inalámbrico de por lo menos 5 gigas (Instalado)	Unidad	1
212	SERVICIO DE INTERNET Conexión a internet inalámbrico de por lo menos 10 gigas (Instalado)	Unidad	1

213	VALLAS DE CERRAMIENTO Se requerirá por metros lineales (de acuerdo a las características del evento) Instaladas.	Unidad	1
214	BAÑOS PORTATILES - En PEAD (polietipolietileno de alta densidad) de 4 milímetros de espesor l - Para eventos hasta 50 personas	Unidad	1
215	BAÑOS PORTATILES (Personas con Condición de Discapacidad) - En PEAD (polietipolietileno de alta densidad) de 4 milímetros de espesor l - Para eventos hasta 50 personas	Unidad	1
216	Transmisión streaming pequeña - Switcher HD Broadcast, Generador de caracteres, DDR para rodar vídeos, fotos, Power Point, sistema de vídeo llamadas privadas (hasta 8 en simultánea), 3 cámaras HD Broadcast podemos instalar cámaras robóticas HD-SDI BROADCAST consola de audio, micrófonos, distribuidor de vídeo, maleta de transmisión por IP, plataforma de streaming propia CDN propia, republicacion en simultánea a facebook, youtube, instagram y twitter, personal técnico punto de internet para trasmisión de mínimo 25 megas monitor de audio y video.	Hora	1
217	Transmisión streaming básica - 1 - 2 horas de transmisión Dos cámaras, switcher HD Broadcast, generador de caracteres, DDR para rodar vídeos, fotos, power point sistema de vídeo llamadas privadas (hasta 8 en simultánea), consola de audio micrófonos, distribuidor de vídeo maleta de transmisión por IP, plataforma de streaming propia, CDN propia, republicacion en simultánea a Facebook,youtube,instagram y twitter, personal técnico punto de internet para trasmisión de mínimo 25 megas monitor de audio y video.	Hora	1
218	Pendón roll up	Unidad	1
219	Camisetas con logo bordado	Unidad	1
220	Camisetas con estampado full color	Unidad	1
221	Kits de oficina institucionales (lapicero y agenda)	Unidad	1
222	Afiches medio pliego	Unidad	1
223	Kit BIO seguridad	Unidad	1
224	Impresos en tamaño oficio en Propalcote	Unidad	1
225	Impresos en tamaño carta Propalcote	Unidad	1

226	Impresión de manillas tipo Tyber	Unidad	1
227	Botones impresos	Unidad	1
228	Fabricación e instalación de señaletica en madera plastica con las siguientes especificaciones técnicas: **Vallas Tipo I** 1. MATERIA PRIMA: Madera plástica alta resistencia a la intemperie HDPE polímero. 2. Descripción de la estructura: está conformada por (2) dos soportes estructurales de altura 1.30 m y (1) un panel de información de 45 x 80 cms. 3. GRAFICAS: Por extrusión o calado en relieve.	Unidad	1
229	Vallas Tipo II 1. MATERIA PRIMA: Madera plástica alta resistencia a la intemperie HDPE polímero. 2. Descripción de la estructura: está conformada por (2) dos soportes estructurales de altura 1.30 m y (1) un panel de información de 1,50 x 70 cms. 3. GRAFICAS: Por extrusión o calado en relieve. Cimentación 1. Cimentacion en dos bases en concreto 3000 ps1 de 30 x 30 cms y 40 cms de profundidad con acero de refuerzo y platina de unión a la base en madera plástica.	Unidad	1

Nota: El contratista asume todos los costos y gastos incurridos por los servicios, logística, personal, deducciones por concepto de impuestos, contribuciones y demás. La relación de los ítems señalados no implica la orden de cada uno de ellos dentro del periodo de la ejecución contractual, pues se recomienda que el contrato sea ejecutado bajo la modalidad de bolsa, en donde los ítems se irán ordenando de acuerdo a los requerimientos del supervisor del contrato orientados por la Secretaría de Turismo en las cantidades dispuestas para cada evento considerado como estratégico por la Alcaldía de Cali.

De igual forma, en el evento en el que para la realización de alguna de las actividades se requieran ítems diferentes a los planteados anteriormente, se plantea que sean incluidos en el presupuesto del contrato bajo la misma modalidad de bolsa, para lo cual el supervisor deberá de solicitar al contratista 2 cotizaciones para determinar el precio más favorable para la optimización del presupuesto, los cuales deberá de aprobar para que se implemente su ejecución.

ESTUDIO DEL SECTOR

4. Análisis de la Oferta

4.1. Aspectos Técnicos de la oferta

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, define el turismo comunitario como "*la oferta de servicios turísticos, por parte de una comunidad organizada, que participa, se beneficia e involucra en los diferentes eslabones de la cadena productiva del turismo".* Esta tipología de turismo permite: i) la existencia de una oferta que se promueva a través de la comunidad, ii) promueve el desarrollo económico y social de los habitantes, dado que se mejora la calidad de vida de los mismos, ante la existencia de una fuente de ingresos complementarios, iii) protege la identidad cultural

Para el desarrollo de esta tipología de turismo, el Distrito de Santiago de Cali cuenta con una gran variedad de atractivos turísticos urbanos y rurales, que deben ser visibilizados y promocionados a través de la idiosincrasia de la comunidad que habita estas zonas, con la posibilidad de fortalecer nuevas rutas turísticas, generando oportunidades para las personas que habitan en dichas zonas, permitiendo generar valor a los recursos que tienen, y a su vez, generar proyectos productivos que integren la cadena de valor turística.

Esta dinámica socioeconómica, destaca la cultura de sus comunas, sus narrativas y patrimonio histórico, genera oportunidades en las personas que habitan en sus barrios, permitiéndoles valorar los recursos que tienen y generar proyectos productivos que se integren a la cadena de valor turística, logrando conectar a propios y visitantes, generando articulación entre el sector turístico y la comunidad para la promoción de ciudad

Con fundamento en lo anterior, es necesario llevar a cabo la implementación de iniciativas de turismo al barrio y rural en la comuna 20 y los corregimientos Pichinde, Villa Carmelo y Felidia la Secretaría de turismo tiene como objetivo "Impulsar el desarrollo del turismo comunitario y rural", pues con ello se visibiliza la oferta turística a nivel local, Para lograr ese objetivo en este proyecto se contempla brindar capacitaciones, asesorías técnicas para fortalecer el conocimiento de la comunidad con relación al desarrollo de sus productos turísticos y sus emprendimientos, desarrollar y promocionar rutas turísticas, realizar a adecuaciones a sus rutas turísticas y promocionarlas, entre otras actividades que fomenten el desarrollo del turismo comunitario.

Ahora bien, para ejecutar las actividades anteriormente descritas y de acuerdo al estudio realizado en el subtítulo referido al "análisis de los procesos de contratación identificados", donde se establece las consultas de los procesos de contratación de la Entidad y otras Entidades con objetos y actividades similares que contrataron estos servicios, en el cual en este numeral se define las conclusiones del sector con respecto a la modalidad de selección a llevar, el plazo de ejecución, las garantías a exigir y la forma de pago, por lo que se debe partir de las conclusiones arrojadas dentro del análisis de estos procesos para finalmente concluir que para desarrollar el objeto del presente proceso de selección es necesario contar con un proveedor que se encuentre clasificado con actividad económica "organización de convenciones y eventos comerciales".

ESTUDIO DEL SECTOR

A continuación, la Secretaría de Turismo presenta la información proveniente de la oferta del mercado para la contratación que se está adelantando, la cual corresponde a la actividad económica de "organización de convenciones y eventos comerciales" debido a que se requiere la realización de diferentes actividades.

4.2. Proveedores

En el análisis que se está llevando a cabo para la contratación a realizar se tiene en cuenta información de la página web de la Superintendencia de Sociedades donde hay una muestra a nivel nacional de 25 empresas que han reportado su información, clasificadas con actividad económica "Organización de convenciones y eventos comerciales".

A continuación, se expone la muestra de la oferta disponible en el mercado con, que podrían tener la capacidad para ejecutar las actividades del proceso que se está adelantado, teniendo en cuentas las variables jurídicas, económicas y financieras, sin dejar de decir que todas las Empresas a nivel nacional están en la oportunidad de presentarse como proponentes.

NIT	RAZÓN SOCIAL DE LA SOCIEDAD	CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME VERSIÓN 4 A.C	CIUDAD DE LA DIRECCIÓN DEL DOMICILIO
900059028	CENTRO DE EVENTOS VALLE DEL PACIFICO	**N8230**	CALI-VALLE
900408922	D'GROUPE S.A.S.	**N8230**	MEDELLIN-ANTIOQUIA
900511703	SUIMAGEN CREATIVA S.A.S.	**N8230**	ENVIGADO-ANTIOQUIA
830043325	SPHERA PRODUCCIONES S.A.	**N8230**	BOGOTA-D.C.-BOGOTA D.C.
900229431	SOLUGISTIK SAS	**N8230**	ENVIGADO-ANTIOQUIA
900215666	EVENTOS EXTREMO PRODUCCIONES SAS	**N8230**	ITAGUI-ANTIOQUIA
900209622	BANCA DE PROYECTOS SAS	**N8230**	BOGOTA-D.C.-BOGOTA D.C.
900343131	QUACK DE COLOMBIA SAS	**N8230**	CALI-VALLE
900365212	4E SAS	**N8230**	MEDELLIN-ANTIOQUIA

ESTUDIO DEL SECTOR

900163046	MARATHON DISTRIBUCIONES SAS	**N8230**	BOGOTA-D.C.-BOGOTA D.C.
800151720	CENTRO DE FERIAS EXPOSICIONES Y CONVENCIONES DE BUCARAMANGA S.A.	**N8230**	GIRON-SANTANDER
830141135	SATIZABAL PRODUCCIONES SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	**N8230**	BOGOTA-D.C.-BOGOTA D.C.
900011345	G12 CONGRESOS Y CONVENCIONES SAS	**N8230**	BOGOTA-D.C.-BOGOTA D.C.
900656068	10 MUSIC COLOMBIA SAS	**N8230**	BOGOTA-D.C.-BOGOTA D.C.
900078051	PUBLICIDAD MOVIL DE COLOMBIA SAS	**N8230**	CALI-VALLE
900237865	ORBIT EVENTOS SAS	**N8230**	CALI-VALLE
830137354	M GARDEAZABAL ASESORES S.A.S. EN REORGANIZACIÓN	**N8230**	BOGOTA-D.C.-BOGOTA D.C.
900297972	COMERCIALIZADORA DE FRANQUICIAS S.A.S.	**N8230**	BOGOTA-D.C.-BOGOTA D.C.
900152485	SHOCK PRODUCCIONES S A S	**N8230**	BOGOTA-D.C.-BOGOTA D.C.
900647940	PUBLICIDAD Y EVENTOS CORPORATIVOS SAS	**N8230**	CALI-VALLE
890909297	PLAZA MAYOR MEDELLÍN CONVENCIONES Y EXPOSICIONES S.A.	**N8230**	MEDELLIN-ANTIOQUIA
830076044	PIDAMOS MARKETING TOTAL SAS	**N8230**	BOGOTA-D.C.-BOGOTA D.C.

ESTUDIO DEL SECTOR

Para realizar el estudio de la oferta, la Secretaría de Turismo se basará en los datos proporcionados por la Superintendencia de Sociedades, tomando los estados financieros de las empresas que han publicado la información financiera.

4.3. Análisis Financiero

Para realizar el estudio de la oferta económica, la Secretaria de Turismo se basó en los datos proporcionados por la Superintendencia de Sociedades, tomando los estados financieros del año 2019 y 2020, teniendo en cuenta que para el año 2020 las actividades económicas que se tomaron como muestra para este proyecto no fue el mejor de sus resultados, y que a la fecha no se han publicado estados financieros correspondientes al año 2021.

El análisis financiero es un conjunto de principios que tiene como finalidad evaluar la situación financiera actual y pasada de las empresas o personas naturales que ejercen una actividad, así como los resultados de sus operaciones, con el objetivo básico de realizar una estimación sobre su situación y los resultados futuros.
De acuerdo a la información registrada en la página de la Superintendencia de Sociedades (pie.supersociedades.gov.co), se tomaron como muestra representativa 22 empresas dedicadas a Organización de convenciones y eventos comerciales código CIIU 8230.

En la entidad quedan guardados los estados financieros y la metodología utilizada para sacar los indicadores financieros.
Finalmente, bajo el método de desviación estándar se obtuvieron los resultados a continuación

Metodo de la desviación estándar					
	Índice de Liquidez	**Nivel de endeudamiento**	**Razón de Cobertura de Intereses**	**Rentabilidad del Patrimonio**	**Rentabilidad del Activo**
Tamaño de la muestra	22,0	22,0	19,0	22,0	22,0
Mínimo	1,1	0,2	0,1	0,0	0,0
Máximo	3,1	0,9	22,4	0,7	0,2
Mediana	1,8	0,5	1,6	0,1	0,1
Promedio	**1,97**	**0,51**	**3,73**	**0,15**	**0,07**
Desviación estándar	0,6	0,2	5,4	0,2	0,1
Límite inferior	1,4	0,4	-1,7	0,0	0,0
Límite superior	2,5	0,7	9,2	0,3	0,1

4.4. Índice de Liquidez

Los indicadores de liquidez se utilizan para determinar la capacidad que tiene una empresa para enfrentar las obligaciones contraídas a corto plazo. Cuanto más elevado es el indicador de liquidez,

mayor es la posibilidad de que la empresa consiga cancelar las deudas a corto plazo, por lo anterior es pertinente y razonable para la Alcaldía de Santiago de Cali, que las Empresas que quieran participar como proponentes tengan este indicador mayor o igual a 1.97 veces, tomando como referencia el método estadístico utilizado.

4.5. Índice de Endeudamiento

Este indicador mide la intensidad de toda la deuda a corto y largo plazo del proponente con relación a sus activos totales, adicionalmente muestra la proporción en que el proponente esté financiado por terceros, por lo que resulta importante precisar que la Alcaldía de Santiago de Cali, considera pertinente y razonable como requisito para los proponentes deben acreditar un indicador de Endeudamiento menor o igual al 51%, tomando como referencia el método estadístico utilizado.

4.6. Razón de cobertura de intereses

Refleja la capacidad que tiene el proponente para cumplir con sus obligaciones financieras con terceros. En la medida que se produzca mayor Cobertura de Intereses, menor es la probabilidad de que el proponente incumpla sus Obligaciones Financieras, la Entidad considera pertinente y razonable como requisito para los proponentes deben acreditar un indicador de cobertura de intereses mayor o igual al 3.73 veces, tomando como referencia el método estadístico utilizado.

4.7. Rentabilidad del activo (ROA)

Determina la rentabilidad de los activos del proponente, es decir, la capacidad de generación de utilidad operacional por cada peso invertido en el activo. A mayor rentabilidad sobre activos, mayor es la rentabilidad del negocio y mejor la capacidad organizacional del proponente. Este indicador debe ser siempre menor o igual que el de rentabilidad sobre patrimonio, Por tal razón la Entidad ha decidido fijar este indicador en mayor o igual al 15%, tomando como referencia el método estadístico utilizado.

4.8. Rentabilidad del patrimonio (ROE)

Mide la capacidad de generación de Utilidad Operacional por cada peso invertido en el Patrimonio. A mayor rentabilidad sobre el Patrimonio, mayor es la rentabilidad de los accionistas y mejor la Capacidad Organizacional, mide el rendimiento del accionista o inversionista que le ha generado la empresa en el patrimonio, por tal razón la Entidad ha decidido fijar este indicador en mayor o igual 7%, tomando como referencia el método estadístico utilizado.

ESTUDIO DEL SECTOR

La tabla a continuación resume la conclusión de los indicadores financieros que la Entidad recomienda como criterios de selección de acuerdo a su capacidad financiera, en razón a permitir una pluralidad de oferentes y no excluir posibles oferentes que estén en capacidad de participar en el proceso y cumplir con el objeto contractual.

INDICADORES FINANCIEROS - RECOMENDACIÓN CRITERIOS DE SELECCIÓN				
INDICE DE LIQUIDEZ	**INDICADOR DE ENDEUDAMIENTO**	**COBERTURA DE INTERESES**	**RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO**	**RENTABILIDAD DEL ACTIVO**
Mayor o igual 1,97	Menor o igual a 51%	Mayor o igual a 3,73	Mayor o igual a 15%	Mayor o igual a 7%

4.9. Análisis de precios

El Organismo, solicitó cotización a cinco (5) proveedores que realizan la prestación de servicios objeto del presente proceso, las cuales quedan adjuntas en el expediente contractual, tanto físico como virtual.

Las siguientes Empresas se les solicito cotizaciones:

Numero	Razón Social	Ciudad	Presentó Cotización	Observación
1	Eventech S.A.S	Cali	Si	Diligenció la totalidad de los ítems del anexo remitido por la Entidad a través de correo electrónico
2	Vision BTL	Cali	No	No aplica
3	Quack de Colombia S.A.S	Cali	Si	Diligenció la totalidad de los ítems del anexo remitido por la Entidad a través de correo electrónico
4	Add Media S.A.S	Cali	No	No aplica
5	Supra Eventos y Producciones S.A.S	Cali	Si	Diligenció la totalidad de los ítems del anexo remitido por la Entidad a través de correo electrónico

De las cinco (05) invitaciones a cotizar remitidas, fueron allegadas a la Entidad tres(3) cotizaciones que cumplieron con el diligenciamiento del total de los ítems, por tal motivo se tendrá en cuenta las

ESTUDIO DEL SECTOR

siguientes cotizaciones las cuales se consolidan a continuación y se realiza un análisis del mercado por cada uno de los ítems.

#	DESCRIPCION	VALOR TOTAL COTIZACION QUACK	VALOR TOTAL COTIZACION EVENTECH	VALOR TOTAL COTIZACION SUPRA EVENTOS
1	Organizador de eventos logísticos	$ 89.250,00	$ 95.200,00	$ 89.250,00
2	Fabricación e instalación de placa Histórica con las siguientes especificaciones técnicas: IMPRESO GRÁFICO •Vinilo blanco tipo adhesivo P4 plastificado transparente pegado en seco sobre acrílico 2mm transparente de 500x 800 mm, esqui-nas redondeadas r= 50 mm. SUPERFICIE DE PROTECCIÓN DE PELÍCULA IMPRESA • Acrílico 6 mm de espesor de 500 x 800mm con bordes pulidos y esquinas redondeadas con radio 50 mm con película protectora anti grafiti según tamaño de cada pieza, adherida a acrílico por presión sobre rodillos neumático de 50Kg/cm2. ESTRUCTURA • Pedestal en tubería redonda de Acero inoxidable de 2 ½ calibre 16 (1,5mm), de 1300 mm de altura, marco estructural en perfil de acero inoxidable 304 rectangular de 500 alto x 800 de ancho mm calibre 16(1.5mm). CIMENTACIÓN. cartelas de 50x 100 mm tipo cuña, la base se sujetará mediante tornillos de ½" grado 5 a cimentación de altura 40 cms, amarrados a través de la estructura con 5 flejes de 3/8" de longitud lateral 20 cms.	$ 4.522.000,00	$ 4.760.000,00	$ 5.355.000,00

3	Fabricación e instalación de panel horizontal con las siguientes especificaciones técnicas: ESTRUCTURA Estructura interna en perfilaría rectangular de acero inoxidable 304 de 100x50x3mm de espesor, consta de dos perfiles de 1370 mm de longitud, dos perfiles de 600mm. Dos placas base en lámina acero inox 304 espesor 6 mm de 300 x 300 mm y 4 perforaciones de 15mm, 4 cartelas de 50 x 10 mm en acero 304 de 6 mm de espe-sor. RECUBRIMIENTO Lámina de acero 304 satinada cal 16 (1,5mm) MATERIA PRIMA: Consta de dos láminas de 600mm de largo con dobleces en uno de los costados de 150mm, con el fin de generar un sistema de ajuste corredizo de todos los componentes del panel histórico en la parte superior y una lámina de 1450 x 150 mm con un doblez en un extremo para ser ubicado en la parte frontal del mismo, los elementos se unirán a la estructura mediante soldadura tipo TIG (Tungsten inert gas) con el fin de garantizar acabado y la no deformación de los elementos. IMPRESO GRÁFICO Vinilo blanco tipo adhesivo P4 plastificado en vinilo transparente pegado en seco sobre acrílico 4mm transparente, transferencia por presión sobre rodillo neumático de 50Kg/cm2, impresión de 1200 dpi de resolución. SUPERFICIE DE PROTECCIÓN DE PELÍCU-LA IMPRESA Vidrio de seguridad de 8mm bordes pulidos brillados arista a 45° de 1450 x 500 mm, pelí-cula protectora anti grafiti según tamaño de cada pieza adherida a vidrio por presión so-bre rodillo	$ 10.115.000,00	$ 10.710.000,00	$ 11.305.000,00

	neumático de 50Kg/cm2 TAPA SUPERIOR Lámina de acero Inox 304 satinada cal 16 (1,5mm) MATERIA PRIMA La tapa tendrá una medida libre superior de 1510 mm de longitud por 150 mm ancho altu-ra 50 mm, elementos unidos mediante doble-ces y soldadura tipo TIG (Tungsten inert gas), anclaje a 0,05 0,05 0,30 0,30 perforación d= 15mm 0,10 0,05 DETALLE CARTELA PLACA BASE Detalle cartela y placa 99 estructura mediante 4 torni-llos "anti vandálicos de 6mm tipo Bristol en la parte superior y empaque de neopreno de 4 mm. ACCESIBILIDAD Lectura braille certificada e incorporada en acrílico de 1450 x 100 x 12 mm ubicado horizontalmente en la zona infe-rior del panel horizontal, ensamblado a este mediante el sistema recubrimiento de ajuste corredizo. ANCLAJE Y CIMENTACIÓN Base anclada a cimentación con pernos de anclaje de ½" en concreto de 3000 psi. La cual se apoyará sobre una cimentación con una placa nivela-dora en acero inox 6 mm rectangular de 300 x 800 mm y espesor de 6mm que se sujetan mediante tornillos de ½" grado 5.			
4	Carpas de 2Mx2M	$ 2.142.000,00	$ 2.380.000,00	$ 2.499.000,00
5	Carpas de 5M X 5M	$ 3.570.000,00	$ 3.808.000,00	$ 3.998.400,00
6	Fabricación e instalación Placa de vidrio templado calibre 15 milímetros tallada según imagen medidas 50cm*1m	$ 2.380.000,00	$ 2.618.000,00	$ 2.856.000,00
7	Fabricación e instalación de cesto de basura tipo Eucol	$ 2.380.000,00	$ 2.975.000,00	$ 3.332.000,00
8	Planta ornamental pequeña altura hasta 20 cm incluye (siembra, tierra agrícola y riego de prendimiento)	$ 53.550,00	$ 77.350,00	$ 95.200,00

9	Planta ornamental mediana altura 20 a 40 cm (incluye siembre, tierra agrícola y riego de prendimiento)	$ 77.350,00	$ 101.150,00	$ 107.100,00
10	Banca prefabricada tipo cubo medida 40*40*43 cm	$ -	$ 1.190.000,00	$ 1.309.000,00
11	Prestar servicio de limpieza de adoquín aproximadamente 200 M2	$ 952.000,00	$ 1.071.000,00	$ 1.190.000,00
12	Pintura coraza exterior para muros bajos 2MM aproximadamente 250 m2 (incluye suministro y mano de obra)	$ 892.500,00	$ 1.071.000,00	$ 1.428.000,00
13	Fabricación e instalación de las banderas peatonales con las siguientes características. ESTRUCTURA: Estructura en tubería redonda de acero inoxidable de 2 ½" calibre 16 (1,5mm) de es-pesor, 2700 mm de altura, marco para conte-nido gráfico de 400x 600 mm elaborado en perfil de acero inoxidable rectangular de 80 x 40 mm calibre(1,5mm) . MATERIA PRIMA Consta de dos láminas de 110 mm ancho por 690 mm largo, bordes redondeados de esquinas con radios de 30 mm, tubo en acero inox 304 de 3" calibre 16(1,5mm), con tapas en acrílico rojo y letra blanca en el cual se plasma el símbolo del punto de Información en las dos caras, los dos elemen-tos unidos a la estructura mediante soldadura tipo TIG (Tungsten Inert Gas) para garantizar acabado y la no deformación de los elemen-tos. IMPRESO GRÁFICO PARA TABLERO Vinilo blanco tipo adhesivo P4 plastificado transparente pegado en seco sobre acrílico de 2 mm blanco, tipo de transferencia por presión sobre rodillo neumático de 50Kg/cm2, impresión de 1200 dpi de resolución. ANCLAJE Y CIMENTACIÓN Placa base an-clada a cimentación con pernos de ½" en concreto de 3000 psi,	$ 4.522.000,00	$ 4.998.000,00	$ 5.950.000,00

	la cual se apoyará sobre una cimentación con una placa nivela-dora circular de 250mm de diámetro en acero Inox 304 con un espesor de 6mm, cartelas de 50 x 100 mm tipo cuña, la base se sujeta-rá mediante arandelas y tornillos de ½" grado 5 a cimentación.			
14	Adecuación de valla metálica, altura 2,64, ancho 5,70 mediante grafica (2 caras)	$ 4.165.000,00	$ 5.355.000,00	$ 5.950.000,00
15	Stand de madera de 3 niveles para ubicación y muestra de productos. medidas 60 ancho * 1.10 de alto	$ 2.142.000,00	$ 1.785.000,00	$ 1.904.000,00
16	Realizar caracterización de la oferta turística de la comuna 20 (INCLUYE MINIMO 5 AUXILIARES LOGISTICOS POR DIA)	$ 1.190.000,00	$ 1.428.000,00	$ 1.547.000,00
17	Realizar caracterización de la oferta turística de la comuna 1. (INCLUYE MINIMO 5 AUXILIARES LOGISTICOS POR DIA)	$ 1.190.000,00	$ 1.428.000,00	$ 1.547.000,00
18	Realizar caracterización de la oferta turística del corregimiento de Felidia. (INCLUYE MINIMO 5 AUXILIARES LOGISTICOS POR DIA)	$ 1.785.000,00	$ 2.142.000,00	$ 2.261.000,00
19	Realizar caracterización de la oferta turística del corregimiento los Pichinde. (INCLUYE MINIMO 5 AUXILIARES LOGISTICOS POR DIA)	$ 1.785.000,00	$ 2.142.000,00	$ 2.261.000,00
20	Realizar caracterización de la oferta turística del corregimiento los Villacarmelo. (INCLUYE MINIMO 5 AUXILIARES LOGISTICOS POR DIA)	$ 1.785.000,00	$ 2.142.000,00	$ 2.261.000,00

21	Alquiler de silla plástica con brazo	$ 1.428,00	$ 1.190,00	$ 1.190,00
22	Personal de apoyo logístico de monte y desmonte. El personal debe estar con la indumentaria requerida para esta actividad (Guantes, Botas con punta de acero, faja de trabajo pesado y certificaciones correspon-dientes para trabajos de altura y otros)	$ 53.550,00	$ 47.600,00	$ 47.600,00
23	Capacitador con formación profesional en turismo previa aprobación de la Secretaría de Turismo	$ 416.500,00	$ 452.200,00	$ 476.000,00
24	Alquiler de locación con capacidad mínima para 50 personas en zona urbana	$ 952.000,00	$ 1.190.000,00	$ 1.249.500,00
25	Alquiler de locación con capacidad mínima para 50 personas en zona rural	$ 1.190.000,00	$ 1.428.000,00	$ 1.487.500,00
26	Material didáctico para conferencias y/o Talleres	$ 416.500,00	$ 535.500,00	$ 595.000,00
27	Puntos De Registro Digital: incluye personal, administración, depuración, sistematización, custodia y entrega de la base datos.	$ 535.500,00	$ 499.800,00	$ 595.000,00
28	Pantalla de gran formato - telón de proyección (front - back) de 3 x 4 m con video beam de 3000 lumens	$ 714.000,00	$ 654.500,00	$ 714.000,00
29	Alquiler de Video Beam Hd De más 8000 Lumens a 15000 Lumens (por día)	$ 297.500,00	$ 333.200,00	$ 345.100,00
30	Cable HDMI Medidas mediano alcance	$ 107.100,00	$ 101.150,00	$ 107.100,00
31	Cubrimiento fotográfico y de video en Evento (por día) y entrega de material	$ 595.000,00	$ 654.500,00	$ 714.000,00
32	Alquiler de wifi en espacio para eventos con capacidad para 100 personas	$ 595.000,00	$ 714.000,00	$ 773.500,00
33	Transporte De Personas para 50 personas zona rural	$ 952.000,00	$ 1.071.000,00	$ 1.130.500,00
34	Transporte De Personas para 50 personas zona urbana	$ 714.000,00	$ 773.500,00	$ 833.000,00

35	Refrigerios Tipo A (• Producto de panadería: de sal o de dulce o sándwich (pan, jamón (cerdo, pollo, cordero, pavo, etc.), queso (doble crema o mozzarella), lechuga (lisa o rizada)) • Bebida: Jugo de fruta, leche o derivados, sorbetes, malteada, gaseosas en empaque biodegradable o reciclable. No en bolsas • Fruta • Empaque biodegradable. • Presentar 4 alternativas o atender a solicitud de enfoque diferencial cuando así lo requiera la Entidad. Incluye transporte y servicio (distribución en sitio de realización del evento o actividad e impuesto al consumo si aplica – así mismo se debe garantizar la cadena de frio hasta la entrega a la entidad y en caso de requerirse y se solicite por la dependencia garantizar el servicio de refrigeración a través de cavas que permitan garantizar la cadena de frio de los alimentos o bebidas hasta su distribución en el evento)	$ 14.875,00	$ 15.470,00	$ 16.660,00
36	Permiso de Dagma	$ 2.380.000,00	$ 2.380.000,00	$ 2.499.000,00
37	Brigada de aseo	$ 1.190.000,00	$ 1.071.000,00	$ 1.124.550,00
38	Máquinas dispensadoras de gel antibacterial-activadas con el pie incluido y el gel antibacterial	$ 297.500,00	$ 273.700,00	$ 287.385,00
39	Materiales para Murales Graffti (latas de aerosol)	$ 41.650,00	$ 53.550,00	$ 55.930,00
40	Materiales para Murales Graffti (Galón de vinilo)	$ 95.200,00	$ 101.150,00	$ 107.100,00
41	FLYERS PROGRAMAS INSTITUCIONALES	$ 476,00	$ 714,00	$ 595,00
42	Pendón en lona con ojal de 150 x 100	$ 178.500,00	$ 238.000,00	$ 249.900,00
43	Impresión de certificados - Previa elección de diseño y contenido (Texto)	$ 8.925,00	$ 7.735,00	$ 7.735,00
44	Cartilla informativa impresas con contenidos del curso y hojas libres para tomar apuntes, a color, de máximo 50 páginas.	$ 14.875,00	$ 15.470,00	$ 16.065,00

45	Telescopio Diseño óptico: Reflector newtoniano -Abertura: 114 mm (4,48 ") -Longitud focal: 1000 mm (39,37 ") -Relación focal: f / 8,7 -Aumento: 50x, 100x -Magnitud limitante: 12.8 -Aumento mínimo: 16x -Mayor aumento: 269x	$ 5.355.000,00	$ 5.950.000,00	$ 6.247.500,00
46	Cámara profesional Sensor CMOS APS-C de 24.1MP Procesador de imágenes DIGIC 8 Pantalla táctil de 3.0 «, 1.04m-Dot con inclinación de 180 ° Grabación de video UHD 4K y HD 720p 120 Dual Pixel CMOS AF ISO 100-25600, 6.1 fps Shooting Built-In Wi-Fi y Bluetooth Self-Portrait Mode, 4K Time-Lapse Movie EF-M 15-45mm f/3.5-6.3 IS STM Lente	$ 6.545.000,00	$ 6.545.000,00	$ 6.872.250,00
47	Coordinar y convocar a los diferentes grupos, gremios, colectivospara una mesa técnica, el cual debe incluir locación con servicio de catering	$ 5.355.000,00	$ 5.117.000,00	$ 5.355.000,00
48	impreso de cuarto de página en periódico o revista con divulgación a nivel regional	$ 8.330.000,00	$ 7.735.000,00	$ 7.973.000,00
49	Adquisición de silla plástica sin brazo	$ 71.400,00	$ 77.350,00	$ 82.110,00
50	adquisición de Mesa plástica cuadrada	$ 178.500,00	$ 202.300,00	$ 214.200,00
51	Estación de café para cada jornada de capacitación	$ 476.000,00	$ 535.500,00	$ 535.500,00
52	Tijeras para poda	$ 119.000,00	$ 142.800,00	$ 149.940,00
53	Caneca para desecho de perros con dispensador de bolsa	$ 595.000,00	$ 654.500,00	$ 833.000,00
54	Brocha para pintura de muro en exteriores	$ 29.750,00	$ 32.130,00	$ 34.510,00
55	20 Segundos de cuña radial con difusión a nivel nacional	$ 214.200,00	$ 261.800,00	$ 226.100,00
56	Comercial de 30 segundos en televisión regional	$ 4.165.000,00	$ 5.355.000,00	$ 5.712.000,00
57	Entrevista en televisión con cobertura regional	$ 2.380.000,00	$ 2.737.000,00	$ 2.975.000,00
58	Aviso de cuarto de pagina	$ 2.142.000,00	$ 2.261.000,00	$ 6.545.000,00

59	Pauta digital con banner en home	$ 1.190.000,00	$ 1.547.000,00	$ 1.785.000,00
60	Pauta en redes sociales publicación en Instagram por un (1) dia con alcance a la población de Santiago de Cali	$ 1.428.000,00	$ 1.785.000,00	$ 2.142.000,00
61	Pauta en redes sociales publicación en Facebook por un (1) dia con alcance a la población de Santiago de Cali	$ 1.428.000,00	$ 178.500,00	$ 1.785.000,00
62	Diseño de mosaicos por metro cuadrado	$ 357.000,00	$ 380.800,00	$ 416.500,00
63	Banca en concreto tipo cupo 40*40 Cms	$ -	$ -	$ 1.785.000,00
64	Banca en madera plástica con estructura metálica. De 2,1 m de ancho.	$ 2.737.000,00	$ 2.975.000,00	$ 3.332.000,00
65	Banca en madera plástica con estructura metálica.	$ 2.737.000,00	$ 2.975.000,00	$ 3.332.000,00
66	Pergola en madera plástica de 2,10 m de altura, 2,10 m de ancho y 1,20 m de ancho	$ 5.355.000,00	$ 5.950.000,00	$ 6.545.000,00
67	Deck de madera plástica sobre piso a 40 cms de altura. Precio por metro cuadrado.	$ 952.000,00	$ 1.190.000,00	$ 1.428.000,00
68	Lamparas de iluminación led solar, incluye panel.	$ 2.975.000,00	$ 3.570.000,00	$ 3.748.500,00
69	Amplificador de voz portátil personal, con auriculares, recargable. Multiusos (amplificador y grabador de voz), con conexión a bluetooth, USB o radio.	$ 535.500,00	$ 476.000,00	$ 499.800,00
70	Binoculares	$ 714.000,00	$ 737.800,00	$ 774.690,00
71	Video HD de 4 minutos con cápsulas de 15 a 20 segundos en formato MP4: Grabación, edición, postproducción, libreto, guión, tomas aereas y musicalización	$ 11.900.000,00	$ 11.662.000,00	$ 12.495.000,00
72	Impresión de mapas turísticos - Previa aprobación de la Secretaria de Turismo del diseño del mapa con rutas turisticas diseñado por el operador.	$ 7.735,00	$ 8.330,00	$ 8.925,00
73	Servicio de alimentación (Almuerzo tipo ejecutivo) (Proteina, harina, principio y ensalada)	$ 24.990,00	$ 27.370,00	$ 28.560,00
74	Costo de entrada de los sitios a visitar en las salidas de campo. Ejemplo zona rural (La Florida el bosque de las aves /	$ 47.600,00	$ 65.450,00	$ 71.400,00

	la Doble Espiral / Tierra Magia / El mirador de las orquideas / Bichacue Yath)			
75	Permiso de eventos en espacio público.	$ 2.142.000,00	$ 2.380.000,00	$ 2.499.000,00
76	Profesional en turismo con experiencia certificada en diseño de rutas, elaboración de diagnosticos e inventarios turísticos, elaboración de documentos tecnicos y desarrollo de productos turisticos.	$ 416.500,00	$ 380.800,00	$ 416.500,00
77	Guia turistico profesional con RNT activo y tarjeta profesional.	$ 178.500,00	$ 154.700,00	$ 166.600,00
78	Gestores turisticos con conocimientos tecnicos y/ tecnologicos en turismo.	$ 178.500,00	$ 154.700,00	$ 166.600,00
79	Profesional en diseño grafico.	$ 142.800,00	$ 142.800,00	$ 166.600,00
80	Aviso de 20 cm x 27 cm con Códigos de respuesta rápida (QR) en acrilico	$ 107.100,00	$ 113.050,00	$ 107.100,00
81	Presentación pareja de baile	$ 714.000,00	$ 773.500,00	$ 833.000,00
82	Presentación grupo de baile	$ 2.380.000,00	$ 2.737.000,00	$ 2.975.000,00
83	Presentación de grupo teatral	$ 2.975.000,00	$ 3.213.000,00	$ 3.332.000,00
84	Espectáculo de grupo urbano de arte en vivo	$ 4.165.000,00	$ 4.403.000,00	$ 3.332.000,00
85	Espectáculo de cocina en vivo	$ 2.142.000,00	$ 2.380.000,00	$ 2.975.000,00
86	Señal turistica en zona urbana ajustada al manual de señalización turistica de la Secretaria de Turismo del 2020	$ 9.800.000	$ 10.000.000	$ 9.520.000,00
87	Señal turistica en zona rural ajustada a las normas basicas para la diagramación y señalización de parques nacionales de Colombia del 2020	$ 150.000.000	$ 9.520.000,00	$ 10.115.000,00
88	Logistica para convocatoria (Llamadas, mensajes de texto, envio de correos electronicos)	$ 1.190.000,00	$ 1.428.000,00	$ 1.428.000,00
89	Coordinador logístico por día en zona rural.	$ 238.000,00	$ 261.800,00	$ 273.700,00
90	Coordinador logístico por día en zona urbana.	$ 214.200,00	$ 238.000,00	$ 249.900,00

91	Auxiliar de apoyo logístico por dia en zona rural.	$ 214.200,00	$ 238.000,00	$ 249.900,00
92	Auxiliar de apoyo logístico por dia en zona urbana.	$ 178.500,00	$ 214.200,00	$ 226.100,00
93	Camiseta tipo polo con logo institucional.	$ 89.250,00	$ 83.300,00	$ 83.300,00
94	Camiseta tipo T-Shirt con logo institucional.	$ 29.750,00	$ 27.370,00	$ 29.750,00
95	Alquiler de cabinas amplificadas de 15" + MIC + trípode	$ 142.800,00	$ 178.500,00	$ 214.200,00
96	Alquiler de diademas + amplificador de voz.	$ 142.800,00	$ 178.500,00	$ 214.200,00
97	Lapiceros con logo institucional.	$ 3.570,00	$ 2.975,00	$ 3.332,00
98	Libretas con logo institucional.	$ 14.875,00	$ 17.255,00	$ 19.040,00
99	Alquiler de pantalla led 3 mts x 2 mts	$ 3.570.000,00	$ 3.332.000,00	$ 3.332.000,00
100	Alquiler de sonido profesional - Cabina RCF.	$ 297.500,00	$ 273.700,00	$ 297.500,00
101	Alquiler de sonido profesional - MIC alámbricos.	$ 142.800,00	$ 119.000,00	$ 119.000,00
102	Alquiler de sonido profesional - Bajo Doble.	$ 238.000,00	$ 273.700,00	$ 285.600,00
103	Alquiler de sonido profesional - Monitores de tarima.	$ 142.800,00	$ 107.100,00	$ 107.100,00
104	Honorarios de tecnico profesional en sonido.	$ 178.500,00	$ 142.800,00	$ 154.700,00
105	Alquiler de sonido profesional - Computador de sonido (PC)	$ 107.100,00	$ 119.000,00	$ 142.800,00
106	Alquiler de mesas tipo tablón 1,50 mts x 0,6 mts	$ 21.420,00	$ 24.990,00	$ 27.370,00
107	Alquiler de manteles para vestir mesas tipo tablón.	$ 14.280,00	$ 5.950,00	$ 8.330,00
108	Alquiler de sillas tipo panelista.	$ 71.400,00	$ 65.450,00	$ 71.400,00
109	Grupo musical acompañamiento	$ 1.190.000,00	$ 1.428.000,00	$ 1.785.000,00
110	Transporte camioneta zona rural x hora	$ 238.000,00	$ 214.200,00	$ 226.100,00
111	Transporte tipo automóvil zona urbana x hora	$ 107.100,00	$ 95.200,00	$ 107.100,00
112	Transporte De Personas para 30 personas zona rural	$ 952.000,00	$ 1.071.000,00	$ 1.124.550,00

113	Transporte De Personas para 40 personas zona rural	$ 1.428.000,00	$ 1.547.000,00	$ 1.624.350,00
114	Transporte De Personas para 30 personas zona urbana	$ 714.000,00	$ 773.500,00	$ 812.175,00
115	Transporte De Personas para 40 personas zona urbana	$ 833.000,00	$ 892.500,00	$ 937.125,00
116	Alquiler de ventiladores	$ 59.500,00	$ 53.550,00	$ 59.500,00
117	Alquiler de tarimas de 4x3 mts	$ 357.000,00	$ 535.500,00	$ 595.000,00
118	Cuñete de cinco (5) galones con pintura para exteriores.	$ 702.100,00	$ 654.500,00	$ 702.100,00
119	Aerosoles para exteriores	$ 238.000,00	$ 53.550,00	$ 56.227,50
120	Brochas para exteriores	$ 59.500,00	$ 35.700,00	$ 37.485,00
121	Rodillos para exteriores	$ 21.420,00	$ 29.750,00	$ 31.237,50
122	Bandeja para pintura	$ 21.420,00	$ 29.750,00	$ 31.237,50
123	Extensores para rodillos	$ 119.000,00	$ 113.050,00	$ 119.000,00
124	Honorarios artistas para intervención murales	$ 357.000,00	$ 309.400,00	$ 297.500,00
125	Honorarios de mano de obra de limpieza de estructuras.	$ 107.100,00	$ 101.150,00	$ 83.300,00
126	Honorarios de facilitador con conocimientos ancestrales	$ 297.500,00	$ 357.000,00	$ 333.200,00
127	Espectaculo artístico tipo recreación	$ 952.000,00	$ 1.071.000,00	$ 1.190.000,00
128	Elaboración de panel horizontal + instalación	$ 1.785.000,00	$ -	$ -
129	Honorarios de organizador logistico por hora.	$ -	$ -	$ 83.300,00
130	Pendón de 2x1 mts	$ 178.500,00	$ 142.800,00	$ 154.700,00
131	Pendón tipo ROLL UP 2x1 mts	$ 476.000,00	$ 452.200,00	$ 476.000,00
132	Alquiler de Carpas de 3M X 3M	$ 142.800,00	$ 178.500,00	$ 190.400,00
133	Alquiler de Carpas de 6M X 6M	$ 214.200,00	$ 238.000,00	$ 273.700,00
134	Alquiler de Sillas Rimax	$ 1.428,00	$ 1.428,00	$ 1.309,00

135	Alquiler de planta eléctrica de 75 kva	$ 2.380.000,00	$ 2.975.000,00	$ 2.737.000,00
136	Alquiler de baños portátiles	$ 416.500,00	$ 452.200,00	$ 476.000,00
137	Honorarios de Fotografo que entregara el material fotografico x día	$ 89.250,00	$ -	$ -
138	Defensa civil	$ 2.975.000,00	$ 2.737.000,00	$ 2.975.000,00
139	Brigadas de aseo	$ 119.000,00	$ -	$ 952.000,00
140	Cuñas radiales	$ 238.000,00	$ 142.800,00	$ 154.700,00
141	Alquiler de sonido para evento completo en paquete (4 cabinas, cabina amplificada de 15 pulgadas con trípode (conexión de micrófonos inalámbricos y conexión para PC) consola digital de más de 12 canales. cableado necesario)	$ 1.428.000,00	$ 1.785.000,00	$ 2.023.000,00
142	Alquiler de sonido para evento completo en paquete(Sonido a piso, bajo por lado y tres (03) cajas por lado conexión de micrófonos inalámbricos y conexión para PC), consola digital de más de 16 canales. cableado necesario)	$ 2.975.000,00	$ 3.570.000,00	$ 3.570.000,00
143	Alquiler de sonido para evento completo en paquete (Líne Array. Cuatro (04) bajos dobles y seis (06) cajas por lado, sistema de monitoreo para tarima. (conexión de micrófonos inalámbricos y conexión para PC),cableado necesario)	$ 5.355.000,00	$ 5.117.000,00	$ 5.355.000,00
144	Alquiler de luces evento (36 pares led, 8 robóticas, consola de luces y cableado necesario)	$ 3.570.000,00	$ 3.451.000,00	$ 3.570.000,00
145	Alquiler de luces evento (24 pares led, 4 robóticas, consola de luces y cableado necesario)	$ 2.380.000,00	$ 2.261.000,00	$ 2.380.000,00
146	Alquiler de par de luces led con cableado necesario.	$ 65.450,00	$ 53.550,00	$ 53.550,00
147	Alquiler de luz robotica mediana con cableado necesario.	$ 297.500,00	$ 273.700,00	$ 297.500,00
148	Alquiler de consola de luces con cableado necesario.	$ 178.500,00	$ 214.200,00	$ 226.100,00

149	Alquiler de pantalla de video led 3x2 mts a menos de seis (06) pitch, con la estructura de montaje y procesador, incluyendo el cableado necesario.	$ 3.570.000,00	$ 2.380.000,00	$ 2.975.000,00
150	Alquiler de pantalla de video led 4x3 mts a menos de seis (06) pitch, con la estructura de montaje y procesador, incluyendo el cableado necesario.	$ 5.355.000,00	$ 4.760.000,00	$ 5.355.000,00
151	Alquiler de Televisor 32" con base a piso movible (instalada)	$ 178.500,00	$ 190.400,00	$ 202.300,00
152	Alquiler de Televisor 50" con base a piso movible (instalada)	$ 238.000,00	$ 261.800,00	$ 273.700,00
153	Alquiler de BACKLINE (Base para orquesta Diferentes géneros musicales, (instrumentos de acuerdo a orquesta), amplificador (de acuerdo al backline de la orquesta), cantidad (de acuerdo al backline de la orquesta). De cuatro (04) integrantes a 10 integrantes (10))	$ 1.190.000,00	$ 1.785.000,00	$ 1.904.000,00
154	Alquiler de BACKLINE (Base para orquesta Diferentes géneros musicales, (instrumentos de acuerdo a orquesta), amplificador (de acuerdo al backline de la orquesta), cantidad (de acuerdo al backline de la orquesta). de once (11) integrantes a veinte (20) integrantes).	$ 2.380.000,00	$ 2.975.000,00	$ 3.332.000,00
155	Tiquetes Aéreos Nacionales - Clase económica- ida y regreso (Otro destino nacional-Cali-Otro destino nacional) en promedio	$ 1.547.000,00	$ 1.785.000,00	$ 1.785.000,00
156	Tiquetes Aéreos Internacional - Clase económica- ida y regreso, en promedio	$ 5.355.000,00	$ 5.950.000,00	$ 6.545.000,00
157	Transporte urbano: aeropuerto hotel-hotel aeropuerto	$ 142.800,00	$ 178.500,00	$ 190.400,00
158	Transporte urbano: hotel evento-evento hotel	$ 53.550,00	$ 59.500,00	$ 71.400,00
159	ALOJAMIENTO. Hoteles con calificación de tres (03) estrellas. (Acomodación doble)	$ 357.000,00	$ 416.500,00	$ 437.325,00
160	ALOJAMIENTO. Hoteles con calificación de cuatro (04) estrellas. (Acomodación doble)	$ 535.500,00	$ 595.000,00	$ 624.750,00

161	ALOJAMIENTO. Hoteles con calificación de cinco (05) estrellas. (Acomodación doble)	$ 714.000,00	$ 773.500,00	$ 812.175,00
162	ALOJAMIENTO. Hoteles con calificación de tres (03) estrellas. (Acomodación sencilla)	$ 261.800,00	$ 321.300,00	$ 337.365,00
163	ALOJAMIENTO. Hoteles con calificación de cuatro (04) estrellas. (Acomodación sencilla)	$ 452.200,00	$ 499.800,00	$ 524.790,00
164	ALOJAMIENTO. Hoteles con calificación de cinco (05) estrellas. (Acomodación sencilla)	$ 535.500,00	$ 595.000,00	$ 624.750,00
165	ALOJAMIENTO. Hoteles con calificación de tres (03) estrellas. (Acomodación triple)	$ 428.400,00	$ 487.900,00	$ 512.295,00
166	ALOJAMIENTO. Hoteles con calificación de cuatro (04) estrellas. (Acomodación triple)	$ 654.500,00	$ 714.000,00	$ 749.700,00
167	ALOJAMIENTO. Hoteles con calificación de cinco (05) estrellas. (Acomodación triple)	$ 833.000,00	$ 892.500,00	$ 937.125,00
168	Refrigerio Tipo I – incluye: un (1) producto de panadería (Ej. Pan de bono, almojábana, fritos) y una bebida envasada (Ej. Jugo, avena) / Refrigerio Tipo I - Tipo Bufete, empaquetado o servido a la mesa	$ 10.115,00	$ 9.520,00	$ 10.115,00
169	Refrigerio Tipo II – Incluye producto de hojaldre (Ej. Pastel de pollo) y una bebida envasada (Ej. Jugo, avena). / Refrigerio Tipo II – Tipo Bufete o empaquetado o servido a la mesa	$ 11.900,00	$ 11.305,00	$ 11.900,00
170	Refrigerio Tipo III Corresponde a alimentos más elaborados (Ej. Sándwich gourmet, crepes, wraps) y una bebida fría (E. jugo natural) y bebida caliente (Ej. Café, te) / Refrigerio Tipo III-Tipo Bufete, empaquetado o servido a la mesa	$ 19.040,00	$ 21.420,00	$ 22.610,00
171	DASAYUNOS Corresponde a una (01) proteína (huevo diferentes presentaciones (Ej. Pericos, omelete), con 1 producto de panadería (Ej, Pan, Tostadas), Fruta, bebida fría (Jugo Natural) y bebida caliente (Café,	$ 14.280,00	$ 16.660,00	$ 17.850,00

	Chocolate, te, agua aromática) Tipo Bufete o Servido a la mesa			
172	Agua en Bolsa x 24 unidades	$ 17.850,00	$ 28.560,00	$ 28.560,00
173	Agua en Botella x 24 unidades	$ 57.120,00	$ 57.120,00	$ 59.500,00
174	Alquiler de espacio locativo con capacidad para 20 personas	$ 833.000,00	$ 952.000,00	$ 1.011.500,00
175	Alquiler de espacio locativo con capacidad para 50 personas	$ 1.785.000,00	$ 1.904.000,00	$ 2.023.000,00
176	Alquiler de espacio locativo con capacidad para 100 personas	$ 2.975.000,00	$ 3.332.000,00	$ 3.570.000,00
177	Alquiler de silla plástica sin vestir	$ 5.355,00	$ -	$ 1.190,00
178	Alquiler de silla plástica vestida	$ 5.355,00	$ 4.760,00	$ 4.998,00
179	Alquiler de silla ejecutiva	$ 10.710,00	$ 11.305,00	$ 11.900,00
180	Alquiler de silla tiffany	$ 10.710,00	$ 11.305,00	$ 11.900,00
181	Alquiler de tablón - 1.80 x 0.60 instalada sin vestir	$ 21.420,00	$ -	$ 21.420,00
182	Alquiler de tablón - 1.20 x 0.60 instalada sin vestir	$ 21.420,00	$ 19.040,00	$ 21.420,00
183	Alquiler de tablón - 2.40 x 0.60 instalada vestido (Vestido expandes)	$ 33.320,00	$ 30.940,00	$ 33.320,00
184	Alquiler de tablón - 2.40 x 0.60 instalada vestido (Faldón y sobre/mantel)	$ 29.750,00	$ 27.370,00	$ 29.750,00
185	Alquiler de tablón - 1.80 x 0.60 instalada vestido (Vestido expandes)	$ 29.750,00	$ 27.370,00	$ 29.750,00
186	Alquiler de tablón - 1.80 x 0.60 instalada vestido (Faldón y sobre/mantel)	$ 27.370,00	$ 24.990,00	$ 27.370,00
187	Alquiler de tablón - 1.20 x 0.60 instalada vestido (Vestido expandes)	$ 29.750,00	$ 27.370,00	$ 29.750,00
188	Alquiler de tablón - 1.20 x 0.60 instalada vestido (Faldón y sobre/mantel)	$ 27.370,00	$ 24.990,00	$ 27.370,00
189	Alquiler de mesa - 4 puestos 60x60, vestida instalada (Vestido expandes)	$ 29.750,00	$ 27.370,00	$ 27.370,00
190	Alquiler de mesa - 4 puestos 60x60, vestida instalada (Faldón y sobre/mantel)	$ 23.800,00	$ 22.610,00	$ 23.800,00

191	Mesa redonda - 1.50 instalada sin vestir	$ 21.420,00	$ 20.230,00	$ 21.420,00
192	Mesa redonda - 1.50 instalada sin vestir	$ 21.420,00	$ 25.669.000	$ 21.420,00
193	Carpa con techo - 2x2 de ancho por 2.5 mt de alto. Instalada blanco	$ 142.800,00	$ 142.800,00	$ 154.700,00
194	Carpa con techo - 3x3 por 2.5 mt de alto. Instaladablanco	$ 178.500,00	$ 178.500,00	$ 190.400,00
195	Carpa con techo - 4x4 por 2.5 mt de alto. Instaladablanco	$ 202.300,00	$ 202.300,00	$ 214.200,00
196	Carpa con techo - 6x6 instalada x 2.5. mt. Instaladablanco	$ 214.200,00	$ 238.000,00	$ 238.000,00
197	Tarima - 3.60 x 2.40 instalada	$ 357.000,00	$ 416.500,00	$ 452.200,00
198	Tarima - 4.80 x 3.60 instalada	$ 535.500,00	$ 595.000,00	$ 654.500,00
199	Tarima - 6.00 x 4.80 instalada	$ 892.500,00	$ 892.500,00	$ 952.000,00
200	Tarima - 8.40 x 6.00 instalada	$ 1.487.500,00	$ 1.547.000,00	$ 1.666.000,00
201	Tarima - 9.60 x 6.00 instalada	$ 1.725.500,00	$ 1.666.000,00	$ 1.785.000,00
202	Piso tablado - 6x6 instalado	$ 1.071.000,00	$ 1.190.000,00	$ 1.309.000,00
203	STAND (Sencillo 2 * 3 metros con panelería, cuatro sillas, una mesa con mantel y sobre mantel, conexiones eléctricas, extensiones si es necesario, conexión a internet inalámbrica de por lo menos 5 megas) instalado	$ 476.000,00	$ 773.500,00	$ 833.000,00
204	STAND (Sencillo 2 * 3 metros con panelería, cuatro sillas, una mesa con mantel y sobre mantel, conexiones eléctricas, extensiones si es necesario.	$ 357.000,00	$ 357.000,00	$ 357.000,00
205	SALA LOUNGE 2 muebles grandes y 4 pubs y su respetiva mesa, instalada.	$ 297.500,00	$ 357.000,00	$ 357.000,00
206	PERSONAL DE LOGÍSTICA Con disponibilidad en horarios diurnos, nocturnos de lunes a domingo y días festivos de ser necesario. Por evento	$ 214.200,00	$ 214.200,00	$ 214.200,00
207	PERSONAL DE LOGÍSTICA Con disponibilidad en horarios diurnos, nocturnos de lunes a domingo y días festivos de ser necesario. Por hora	$ 41.650,00	$ 53.550,00	$ 47.600,00

208	PLANTA ELECTRICA para eventos desde trescientos (300) hasta quinientas (500) personas. Que requieran sonido y luces pantallas led – planta de 75 KWA	$ -	$ 2.975.000,00	$ 2.975.000,00
209	SERVICIO DE INTERNET con un punto o una línea de Internet Dedicado (Instalado)	$ 3.570.000,00	$ 2.975.000,00	$ 3.332.000,00
210	SERVICIO DE INTERNET Punto de conexión a internet (Instalado)	$ 535.500,00	$ 654.500,00	$ 714.000,00
211	SERVICIO DE INTERNET Conexión a internet inalámbrico de por lo menos 5 gigas (Instalado)	$ -	$ 654.500,00	$ 714.000,00
212	SERVICIO DE INTERNET Conexión a internet inalámbrico de por lo menos 10 gigas (Instalado)	$ -	$ 714.000,00	$ 773.500,00
213	VALLAS DE CERRAMIENTO Se requerirá por metros lineales (de acuerdo a las características del evento) Instaladas.	$ 17.850,00	$ 19.040,00	$ 21.420,00
214	BAÑOS PORTATILES - En PEAD (polietipolietileno de alta densidad) de 4 milímetros de espesor l - Para eventos hasta 50 personas	$ -	$ 416.500,00	$ 535.500,00
215	BAÑOS PORTATILES (Personas con Condición de Discapacidad) - En PEAD (polietipolietileno de alta densidad) de 4 milímetros de espesor l - Para eventos hasta 50 personas	$ -	$ 773.500,00	$ 833.000,00
216	Transmisión streaming pequeña - Switcher HD Broadcast, Generador de caracteres, DDR para rodar vídeos, fotos, Power Point, sistema de vídeo llamadas privadas (hasta 8 en simultánea), 3 cámaras HD Broadcast podemos instalar cámaras robóticas HD-SDI BROADCAST consola de audio, micrófonos, distribuidor de vídeo, maleta de transmisión por IP, plataforma de streaming propia CDN propia, republicacion en simultánea a facebook, youtube, instagram y twitter, personal técnico punto de internet para trasmisión de	$ 2.142.000,00	$ 2.737.000,00	$ 2.975.000,00

	mínimo 25 megas monitor de audio y video.			
217	Transmisión streaming básica - 1 - 2 horas de transmisión Dos cámaras, switcher HD Broadcast, generador de caracteres, DDR para rodar vídeos, fotos, power point sistema de vídeo llamadas privadas (hasta 8 en simultánea), consola de audio micrófonos, distribuidor de vídeo maleta de transmisión por IP, plataforma de streaming propia, CDN propia, republicacion en simultánea a Facebook,youtube,instagram y twitter, personal técnico punto de internet para trasmisión de mínimo 25 megas monitor de audio y video.	$ 1.428.000,00	$ 1.785.000,00	$ 1.904.000,00
218	Pendón roll up	$ 69.020,00	$ 416.500,00	$ 476.000,00
219	Camisetas con logo bordado	$ 35.700,00	$ 29.750,00	$ 32.130,00
220	Camisetas con estampado full color	$ 41.650,00	$ 24.990,00	$ 28.560,00
221	Kits de oficina institucionales (lapicero y agenda)	$ 22.610,00	$ 27.370,00	$ 29.750,00
222	Afiches medio pliego	$ 11.305,00	$ 11.305,00	$ 10.710,00
223	Kit BIO seguridad	$ 17.850,00	$ 16.660,00	$ 17.850,00
224	Impresos en tamaño oficio en Propalcote	$ 2.975,00	$ 952,00	$ 1.071,00
225	Impresos en tamaño carta Propalcote	$ 2.975,00	$ 833,00	$ 952,00
226	Impresión de manillas tipo Tyber	$ 4.165,00	$ 4.165,00	$ 2.975,00
227	Botones impresos	$ 7.735,00	$ 7.735,00	$ 6.545,00

228	Fabricación e instalación de señaletica en madera plastica con las siguientes especificaciones técnicas: **Vallas Tipo I** 1. MATERIA PRIMA: Madera plástica alta resistencia a la intemperie HDPE polímero. 2. Descripción de la estructura: está conformada por (2) dos soportes estructurales de altura 1.30 m y (1) un panel de información de 45 x 80 cms. 3. GRAFICAS: Por extrusión o calado en relieve.	$ 4.760.000,00	$ 5.355.000,00	$ 5.355.000,00
229	Vallas Tipo II 1. MATERIA PRIMA: Madera plástica alta resistencia a la intemperie HDPE polímero. 2. Descripción de la estructura: está conformada por (2) dos soportes estructurales de altura 1.30 m y (1) un panel de información de 1,50 x 70 cms. 3. GRAFICAS: Por extrusión o calado en relieve. Cimentación 1. Cimentacion en dos bases en concreto 3000 ps1 de 30 x 30 cms y 40 cms de profundidad con acero de refuerzo y platina de unión a la base en madera plástica.	$ 5.355.000,00	$ 5.950.000,00	$ 7.735.000,00
	VALOR TOTAL	$ 239.717.527,00	$ 269.725.162,00	$ 308.046.434,50

Nota uno: En la invitación a cotizar se indica que los precios deben incluir tasas, contribuciones IVA y demás impuestos, lo cual se entiende incluido en las cotizaciones presentadas. Después de realizar el análisis de las cotizaciones que cumplieron con el lleno de lo que requiere la Entidad,

Nota dos: Las cantidades son estimadas teniendo en cuenta que las mismas pueden variar de conformidad con las necesidades institucionales. Analizando las tres (3) cotizaciones recibidas, se puede observar que los valores unitarios presentan regularidad y homogeneidad.

Ahora bien**,** para determinar el valor del contrato, es decir los recursos que compondrán el presupuesto oficial, se realizó un análisis real y actual del mercado, del histórico de contratación de la Alcaldía de Cali, el cual muestra la demanda que tiene la entidad respecto de estas actividades logísticas en vigencias anteriores, pues aun cuando los valores unitarios cotizados arrojan información pertinente

respecto a los precios a considerarse en la ejecución contractual no pueden tenerse de referencia al momento de la definición del presupuesto, entendiendo que solo comprenden la tarifa o precio por cada servicio que se ordene, los cuales en conjunto no podrán superar el presupuesto oficial.

En este sentido, la muestra obtenida del análisis de los contratos celebrados por el Distrito de Cali para la prestación del servicio de apoyo logístico en el análisis de la demanda del presente estudio del sector, se resalta la siguiente información respecto la necesidad reflejada en el objeto versus el presupuesto asignado de algunos de los contratos de la muestra.

NÚMERO DE PROCESO	OBJETO CONTRACTUAL	VALOR	MODALIDAD DE SELECCIÓN	PROVEEDOR	PLAZO DEL CONTRATO
4172.010.32.1.096-2020	Apoyar la promoción y difusión turística de Santiago de Cali implementando acciones que incentiven el consumo local y promuevan el turismo doméstico, en atención a la ficha BP 26002251 “APOYO A LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE SANTIAGO DE CALI”.	$ 872.674.400	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	Corporación de Eventos, Ferias y Espectáculos de Cali - Corfecali	179 (días)
4172.010.32.1.063-2021	Apoyar tres (03) iniciativas de turismo comunitario en la comuna 20 y una (01) en el corregimiento de Pance, a través del fortalecimiento del conocimiento de la comunidad en desarrollo de producto y servicios turísticos, así como Fortalecer el desarrollo de estas iniciativas en atención a la ficha BP- 26002916 “Apoyo al desarrollo de iniciativas de Turismo urbano y rural en Cali”.	$ 239.998.000	Selección Abreviada de Menor Cuantía (Ley 1150 de 2007)	VISION BTL S.A.S.	180 (días)
4172.010.32.1.056-2019	Realización de recorridos turísticos de naturaleza rural para la población vulnerable de las comunas 3, 6, 9, 10, 13, 18 y 20 del municipio de Santiago de Cali, en atención a los proyectos RECREACIÓN TURÍSTICA	$479.990.400	Selección Abreviada de Menor Cuantía (Ley 1150 de 2007)	UNION TEMPORAL RECORRIDOS	92 (días)

	DE NATURALEZA PARA LOS HABITANTES DE SANTIAGO DE CALI con fichas BP 26000250, BP 26000281, BP 26000260, BP 26000243, BP 26000270, BP 26000980 y BP 26000455.				
4172.010.32.1.055-2019	Realizar actividades y brindar apoyo para la difusión, promoción y visibilización de los circuitos turísticos de Santiago de Cali, en desarrollo del proyecto BP-13047412: IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE SANTIAGO DE CALI.	$ 201.256.900	Selección Abreviada de Menor Cuantía (Ley 1150 de 2007)	QUACK DE COLOMBIA S.A.S	120 (días)
4172.010.32.1.053-2019	Prestación de Servicios para la Implementación de la estrategia de promoción para fortalecer la competitividad turística y el posicionamiento de Santiago de Cali como destino atractivo para la realización de eventos nacionales e internacionales, en desarrollo del proyecto BP-13047412: IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE SANTIAGO DE CALI	$ 425.190.000	Selección Abreviada de Menor Cuantía (Ley 1150 de 2007)	CALI-VALLE DEL CAUCA CONVENTION AND VISITORS BUREAU	150 (días)
4172.010.26.1.115	Prestación de servicios de mejoramiento de los productos turísticos locales en los corregimientos de la buitrera y la leonera, del municipio de Santiago de Cali, enmarcados en el proyecto denominado formulación de la Política pública de turismo del municipio de Santiago de Cali. APOYO A LA PROMOCIÓN DEL	$104.911.352	Selección Abreviada de Menor Cuantía (Ley 1150 de 2007)	RIOS DE AVENTURA EU	37 (días)

	PRODUCTO TURÍSTICO DEL CORREGIMIENTO DE LA BUITRERA DE SANTIAGO DE CALI, SEGÚN FICHA EBI 06046229 DE 2017 Y MEJORAMIENTO DEL PRODUCTO TURÍSTICO DEL CORREGIMIENTO LA LEONERA DE SANTIAGO DE CALI, SEGÚN FICHA EBI 06046231				

El Distrito de Cali, desde el año 2019 y hasta el año 2021 ha recurrido a la contratación del servicio de apoyo logístico para la realización de actividades o eventos institucionales, para lo cual ha invertido recursos que se mueven entre los $104.911.352 millones de pesos y los $ 872.674.400 millones de pesos, los cuales han sido celebrados mediante la modalidad de selección abreviada de menor cuantía.

Así mismo es pertinente resaltar que para la vigencia 2017 se invirtieron por parte de la Secretaría de Turismo recursos por un valor de $385.204.049 millones de pesos y en el 2020 el valor de $ 479.990.400 millones de pesos para la prestación de apoyo logístico en la realización de los eventos a realizarse en dichas vigencias, el cual debería guardar relación con los recursos a invertirse para el mismo objeto para la vigencia 2022.

No obstante, para establecer el valor del presupuesto es necesario considerar también los efectos pandémicos que aún continúan irradiando la economía nacional en la vigencia 2022, y que a pesar de mostrarse una leve recuperación en los indicadores económicos, aún la actividad se encuentra bastante limitados respecto a las restricciones que actualmente persisten por parte del gobierno nacional para evitar la propagación de los contagios, razón por la cual la inversión en dicho objeto debe de moderarse en relación a las vigencias anteriores y equilibrar la prespecialidad en los eventos, junto con las alternativas de participación digitales.

En este orden de ideas, y tomando tanto los valores históricos de los contratos celebrados por el Distrito de Cali para la contratación del mismo objeto y las condiciones coyunturales que actualmente experimenta la prestación del servicio, se sugiere que el presupuesto asignado para el presente proceso sea de TRESCIENTOS CINCUENTA Y SEIS MILLONES CUATROCIENTOS NOVENTA Y DOS MIL CIENTO SESENTA Y UN PESOS ($356.492.161) el cual se ajusta a los precios de mercado, responde a las necesidades de la Secretaría de Turismo, y fueron los recursos asignados para la satisfacción de esta necesidad.

5. Conclusiones

Considerando la cuantía y el servicio a contratar, se recomienda que el proceso de contratación se adelante conforme a lo establecido en el Artículo 2.2.1.2.1.2.20 del Decreto 1082 de 2015, el

cual prevé la modalidad de selección abreviada de menor cuantía.

Se recomienda para este proceso, que el plazo de ejecución sea hasta el 30 de diciembre de 2022 o hasta agotar presupuesto lo que suceda primero, contado desde el perfeccionamiento y cumplimiento de los requisitos de ejecución contractual.

Para garantizar la adecuada ejecución del contrato es necesario contar con proponentes con amplia experiencia en las actividades a desarrollarse, y de acuerdo a la información revelada en la muestra, se recomienda solicitar una experiencia certificada en la que se acredite máximo 2 contratos relacionadas con la Organización de eventos, elaboración de señalética que sumados sea equivalente o superior del presupuesto oficial registrados en el RUP en por lo menos cuatro de los siguientes códigos 86101700, 55121700, 80141600, 82101600 y 801419.

Teniendo en cuenta la naturaleza del contrato a suscribir, objeto, obligaciones, la matriz de riesgos realizada por la entidad y a procesos anteriores ejecutados por la entidad, se sugiere tener en cuenta para el presente proceso las siguientes garantías.

RIESGOS	DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE	VIGENCIA
Cumplimiento (Artículo 2.2.1.2.3.1.12 del Decreto 1082 de 2015)	Amparar a la Entidad cuando el contratista realice el cumplimiento del contrato tardío o defectuoso	20% del valor total del contrato	Por la duración del contrato y cuatro (4) meses más.
Calidad del Servicio (Artículo 2.2.1.2.3.1.15 del Decreto 1082 de 2015)	Amparar a la Entidad por los perjuicios derivados de la deficiente calidad del servicio prestado	20% del valor total del contrato	Por la duración del contrato y cuatro (4) meses más
Pago de salarios, prestaciones sociales legales e indemnizaciones laborales (Artículo 2.2.1.2.3.1.13. del decreto 1082 de 2015	Constituir garantía de Salarios y prestaciones sociales e indemnizaciones	8% del valor del contrato	Por la duración del contrato y tres (3) años más
Cobertura del Riesgo de responsabilidad civil extracontractual Artículo 2.2.1.2.3.1.5	Responsabilidad Civil Extracontractual	200 SMLMV	Por la duración del contrato.

del Decreto 1082 de 2015			

De igual forma se recomienda que para una ejecución idónea del contrato, se cuente con un equipo de trabajo, el cual sea requerido a los proponentes para el desarrollo de procesos como este. Se sugiere que el equipo de trabajo esté integrado por personas con la suficiente experticia para la ejecución del contrato, entre los que se destacan los siguientes perfiles: a) Coordinador de eventos logísticos y un profesional turístico teniendo en cuenta que para la correcta ejecución del presente proceso ambos roles/perfiles desempeñan un factor fundamental.

Se recomienda exigir como factor ponderable económico, menor valor además que el oferente ofrezca sin costo alguno como servicio adicional 4 videos de 50 segundos de 1920 x 1080 en full HD , es decir, un video por cada zona en la que se ejecuta el proyecto y un banco de fotografías integrado por 150 fotografías en alta resolución en donde se evidencie la ejecución del contrato en las zonas a intervenir.

Se recomienda exigir como factor ponderable un diseñador grafico quien acompañará a lo largo de todo la ejecución del contrato los requerimientos gráficos de la entidad con ocasión a los proyectos a desarrollar.

Los riesgos eventuales que se puedan derivar del proceso de contratación se determinan en la matriz de riesgo establecida para el proceso.

Analizados los procesos de la entidad estatal y de otras entidades, la forma de pago recomendada para el presente proceso de selección será a través de actas parciales, porcentaje de ejecución llevado por el contratista a la fecha de la presentación de la cuenta de cobro.

Después del análisis realizado a los presupuestos asignados por parte de otras entidades del Estado como por El Distrito de Santiago de Cali en vigencias anteriores para la contratación de servicios similares, la entidad estima el presupuesto oficial en un valor de $356.492.161, para un plazo de 10 meses de

Para constancia se firma en Santiago de Cali, a los nueve (09) días del mes Febrero de 2022.

ESTUDIO DEL SECTOR

Rol Técnico



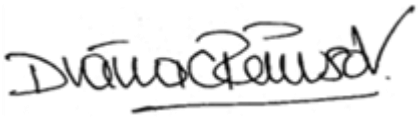
Daniela Muñoz Lemos
Contratista

Rol Financiero



Carlos Ariel Vanegas Grajales
Contratista

Rol Jurídico



Diana Reinoso V
Contratista.

Proyectó: Tatiana Vásquez- Contratista
Revisó: Daniela Muñoz-Contratista