CONVENIO No. 460009426 DE 2022
PERIODO DE VERIFICACIÓN: septiembre a diciembre de 2022
FECHA DE ELABORACIÓN DEL INFORME: 22 de diciembre de 2022

CONTRATANTE:	Municipio de Medellín - Secretaría de Suministros y servicios
CONTRATISTA:	Corporación Museo de Arte Moderno de Medellín
NIT:	890984010-5
REPRESENTANTE LEGAL:	Maria Mercedes González Cáceres
CEDULA DEL REPRESENTANTE LEGAL:	37.545.915
OBJETO:	Convenio de asociación para desarrollar procesos de formación de públicos en la ciudad de Medellín desde el enfoque de museos. Lote 3: énfasis en arte contemporáneo.
VALOR INICIAL:	Mil catorce millones doscientos veintiocho mil setecientos seis pesos m/l($1.014.228.706) excluido IVA.
APORTE ALCADÍA DE MEDELLÍN	Novecientos dos millones seiscientos sesenta y tres mil quinientos cuarenta y ocho pesos m/l ($902.663.548).
VALOR APORTE ASOCIADO	Ciento once millones quinientos sesenta y cinco mil ciento cincuenta y ocho pesos m/l ($111.565.158).
VALOR ADICIONES:	N/A
VALOR TOTAL DESPUÉS DE ADICIONES:	Mil catorce millones doscientos veintiocho mil setecientos seis pesos m/l($1.014.228.706) excluido IVA.
DURACIÓN INICIAL:	Ocho (8) meses sin superar la presente vigencia
AMPLIACIONES:	N/A
DURACIÓN DESPUÉS DE AMPLIACIONES:	Ocho (8) meses sin superar la presente vigencia

Centro Administrativo Distrital – CAD – Calle 44 No. 52 – 165
Línea Única de Atención a la Ciudadanía 44 44 144
www.medellin.gov.co
Medellín - Colombia

SUSPENSIONES	N/A
FECHA DE INICIO:	26/05/2022
FECHA DE TERMINACIÓN DESPUÉS DE AMPLIACIONES:	31/12/2022
VALOR EJECUTADO:	Mil catorce millones doscientos veintiocho mil setecientos seis pesos m/l($1.014.228.706) excluido IVA.

Con el objeto de describir el seguimiento realizado a la ejecución del convenio **4600094226 de 2022** se presenta el Informe final de Supervisión y/o Interventoría del convenio de la referencia, con fundamento en la Ley 80 de 28 de julio de 1993, Ley 1150 de 16 de julio de 2007, Ley 1474 de 12 de julio de 2011, Decreto 1082 de 26 de mayo de 2015, Decreto Municipal 835 de 2021 y demás normas que regulan la materia, previos los siguientes ítems:

Enlace Astrea: https://www.medellin.gov.co/normograma/docs/index.html

1. INFORME TÉCNICO DEL CONVENIO:

- **Cumplimiento final del objeto y alcance del convenio**
  A la fecha del presente informe, el Convenio de Asociación para desarrollar procesos de formación de públicos en la ciudad de Medellín desde el enfoque de Museos, ha terminado su proceso de apreciación, apropiación y consumo de las expresiones artísticas y prácticas culturales de la ciudad con las Experiencias de accesos libres, las Experiencias formativas inmersivas, las Experiencias guiadas, las Experiencias itinerantes; así mismo, se llevó a cabo el cumplimiento del segundo y tercer eje del proyecto que correspondía a la construcción de una comunidad tipo club de fans, las visibilidad de las artes y la cultura con la realización de un estudio sobre las tendencias de la oferta y el consumo cultural, la construcción de una campaña dirigida a promover el acercamiento del público a la oferta cultural, la realización de un encuentro con los demás asociados para conversar en torno a diferente líneas que se relacionan con el tema, para lo cual se realizó encuentros tipo simposio.

Cabe anotar que los posibles cambio o modificaciones en el modus operandi de acciones dentro del desarrollo de las experiencias fue pactado por toda la mesa Técnica. Instrumento creado para lograr la articulación entre socios, a fin de lograr los mejores resultados sobre la necesidad específica del objeto del convenio. Orientando todas las acciones al mejor tratamiento de las mismas.

- **Cumplimiento final de los requerimientos y especificaciones técnicas establecidas, teniendo en cuenta las especificaciones establecidas tanto en los estudios previos, pliego de condiciones, como en la propuesta económica.** A la fecha de presentación de este último informe del convenio, se encuentra que el asociado ha contemplado todas las especificaciones establecidas en los estudios previos, en pliego de condiciones y en la propuesta económica para el desarrollo y ejecución del mismo; así mismo, se ha guiado por las decisiones tomadas por la Mesa Técnica conformada para dar línea y acompañamiento al desarrollo de cada uno de los ejes del convenio.

  Por lo anterior, se puede citar que conforme a lo antes nombrado se recibe: el informe periódico donde se evidencie el avance y ejecución de cada una de las experiencias y actividades del convenio, acompañado de los entregables que las evidencian, se realizaron las encuesta de caracterización de públicos correspondiente al Sistema de Información Cultural –SIC-Publicación, según directriz porcentual entregada por la coordinación del SIC en cabeza de la profesional Juliana Porras, registros documentales de las experiencias de acceso libre realizadas a la fecha como listados, bases de datos; así mismo, el asociado compartió sus relatorías-memorias de las experiencias formativas inmersivas realizadas a la fecha, las bitácoras y guías pedagógicas de las experiencias formativas itinerantes realizadas a la fecha, también se hizo entrega del Plan de acción de puesta en marcha y operación de la comunidad, el plan de la campaña, la propuesta para la articulación con los asociados de formación de públicos para la realización de los módulos temáticos de las experiencias formativas para públicos estratégicos. En este último punto, se realizaron varios encuentros dedicados en la Mesa Técnica de Formación de Públicos para darle imagen, sentido, cohesión a esta actividad, a fin de constituirla como un elemento macro e identitario del proyecto para la ciudadanía. Un gran logro y avance, gracias a las propuestas lanzadas en los encuentros. Así mismo, se compartieron los cronogramas, se realizó la entrega del estudio de la oferta y la demanda, se construyeron las piezas del esta gran actividad de cohesión entre todos los asociados vinculados a nivel ciudad, para lograr este objetivo.

- **Cumplimiento final de las obligaciones de los asociados establecidas en el convenio.**

  Una vez revisadas las obligaciones del asociado y del Municipio de Medellín, se encuentra en adecuado cumplimiento. Para este cuarto informe, se puede enunciar que las obligaciones entre las partes respondieron a la Apropiación de la cultura y las experiencias de acceso libre para estratos 1, 2, 3 o a grupos A, B y C del Sistema de Identificación de Potenciales Beneficiarios de Programas Sociales #SISBEN con sus respectivos ejes y experiencias, también se efectuó la construcción de acciones comunicativas con los elementos de imagen de la Alcaldía de Medellín, el desarrollo de accione inmersivas, acciones formativas, se designó una supervisión del convenio, se suministraron los logos del municipio de Medellín y el acompañamiento desde comunicaciones de la Secretaría de Cultura, se dispuso desde la Secretaría de Cultura Ciudadana de un equipo liderado por Andrés Urrego quien coordinó hasta la fecha, la Mesa Técnica de Formación de Públicos, la cual fue la responsable de ir ajustando los elementos enunciados en los estudios previos, con un enfoque además de cumplimiento, de acompañamiento, de instrucción, de mirada estratégica y eficiente en la ejecución de las actividades y recursos.

  A la fecha, el asociado entrega el cuarto informe del objeto convenio, el cual quedo establecido según la **CLÁUSULA QUINTA:**

  "CUARTO DESEMBOLSO DE RECURSOS:

  - Un cuarto y último desembolso correspondiente al 20% del valor del aporte del Municipio de Medellín, previo recibo a satisfacción de la supervisión y presentación de los siguientes verificables y/o entregables:
  Informe final que evidencie la ejecución de cada una de las actividades formativas conforme a los entregables definidos en las especificaciones técnicas, con los debidos soportes, entre ellos:
  Registro fotográfico y audiovisual.
  Encuesta de caracterización de públicos correspondiente al Sistema de Información Cultural –SIC-Publicación.
  Soportes de las diferentes reuniones y jornadas de formación durante el convenio.
  Informe financiero que refleje la inversión del 100% los aportes entregados por el municipio de Medellín y el Asociado.
  Certificación de Paz y Salvo de seguridad social y aportes parafiscales.
  Soportes que evidencie la realización de los aportes al proceso, ya sea mediante certificado o registros físicos".

Tal y como se enunció en el primer informe, los desembolsos del convenio no se mantuvieron todos dentro de las fechas pactas y proyectadas para ello, porque el primer desembolso se dio con retrasos debido al tiempo que se tomó

para la formalización del convenio, el cual se realizó a finales de mes de mayo. Las restricciones transaccionales presentadas en el proceso de facturación electrónica dentro la plataforma de SAP, también ocasionaron que dicho desembolso se proyectará de manera efectiva a inicios del mes de julio, ya que justo cuando todos los acontecimientos mencionados anteriormente quedaron subsanados, los trámites de contabilización y tesorería se encontraban cerrados para el mes de junio, quedando obligatoriamente ligado el primer desembolso del convenio, para el mes de julio. Luego se presentaron situaciones relacionadas con los avances e informes por parte del asociado, los cuales precisaron de más tiempo para su elaboración. En conclusión, se ha cumplido con los desembolsos al asociado, una vez este realiza la entrega de los documentos pactado para ello; sin embargo, para cada desembolso se debe revisar el PAC y hacer solicitudes con tiempo de la habilitación de los recursos según la proyección que se fue dando gracias a las diversas dinámicas del convenio, a fin de garantizar el recurso para la fecha específica en el que se realizará el desembolso al asociado.

- **Registro final de la entrega de productos e informes por parte del contratista (este informe debe ser cualitativo (calidad del producto o servicio) y cuantitativo (datos que se puedan medir y contar, productos tangibles) en el convenio se presentan los productos tangibles a entregar por cada contratista, entre otros, aplican las certificaciones del cumplimiento de actividades**

  Para este informe, el asociado realiza la entrega de lo solicitado en los EP según lo acordado entre las partes, cumpliendo con sus compromisos. Como elementos tangibles se puede anotar:

  En este cuarto y último informe del proyecto Formación de Públicos Dinámicos, se consignan aquellas actividades que para la fecha se han desarrollado, las estrategias aplicadas, el público impactado y las reflexiones y conclusiones que suscitaron, particularmente en las Experiencias Formativas, en las itinerancias, y Mediaciones con Públicos Estratégicos, realizadas hasta la finalización de los componentes del convenio.

  Con el fin de entregar el consolidado general, para este informe que se corresponde al último del convenio se anexa un archivo de check list en el que podrá evidenciarse cada actividad con su correspondiente fecha, y datos de participación, útiles para los aliados.

Resumen del entrega final		
EJE	**Experiencias**	**Avance entre 25 sep y el 30 nov**
EJE 1	Accesos libres a las distintas experiencias gratuitas del museo a personas de estratos 1, 2 y 3.	4.861 accesos libres (Alcaldía) 8.695 accesos libres (MAMM) Total avance periodo: 13.556
	Experiencias inmersivas	4 actividades realizadas
	Experiencias guiadas	0 actividades realizadas (el 100% de actividades fue reportado en el informe anterior)
	Experiencias itinerantes	5 actividades realizadas
EJE 2	Todas las acciones de este eje se desarrollaron en su totalidad.	2 actividades realizadas
EJE 3	Todas las acciones de este eje se desarrollaron en su totalidad.	3 acciones realizadas
COBERTURA CORREGIMIENTOS	Todas las acciones de este eje se desarrollaron en su totalidad.	4 actividad realizadas

ELEMENTOS ESTRATÉGICOS DESTACADOS

Durante este año el Museo de Arte Moderno de Medellín-MAMM ha movilizado programación cultural de interés para distintos públicos, en conexión con las diversas exposiciones temporales del museo, mediante recorridos, diseño y ejecución de talleres, laboratorios y experiencias inmersivas que conectan preguntas del arte con las realidades y fenómenos más contemporáneos de los sujetos, logrando así la suma de nuevas perspectivas para democratizar, cada vez más, las miradas del arte moderno en la ciudad.

Las actividades de acceso libre han ampliado la participación de públicos de la ciudad, que por vez primera se han acercado a este escenario cultural y han descubierto propuestas interesantes para sus propios intereses, en este sentido el museo ha adquirido, durante el segundo semestre, una notoria dinámica social en la que se logran identificar otras perspectivas que enriquecen su universo estético.

Por las distintas exposiciones del museo han transitado temas, cuestionamientos y tensiones relacionadas con la comprensión del tiempo y las cosmogonías de las comunidades indígenas del país, reflexiones sobre la urbanidad y sus desafíos, las tendencias e identidades juveniles construidas ahora sobre la base de los videojuegos, el espacio y sus potencias para ser simbólica y físicamente medido. Dichas exposiciones vincularon a artistas nacionales destacados y permitieron reflexionar sobre enfoques decoloniales desde el arte, además de activar una amplia programación educativa para la dinamización cultural de distintos públicos de Medellín.

ELEMENTOS OPERATIVOS DESTACADOS

A continuación, daremos cuenta de las acciones realizadas en cada uno de los ejes del convenio, considerando las actividades finales y las metas cumplidas, respectivamente.

EJE 1- APROPIACIÓN DE LA CULTURA

a) Experiencias de acceso libre

Para promover la visita y por ende la formación de nuevos públicos en la ciudad, bajo el auspicio del presente convenio, se adelantó el diseño de una boleta física para invitar directamente instituciones y organizaciones de la ciudad. Todas las boletas destinadas a públicos estratégicos clasificados en estratos 1, 2 y 3, logrando así el cumpliento total de la meta pactada en los compromisos del convenio.

Las entregas de las boletas están evidenciadas en los anexos anteriores. Con relación a la encuesta de caracterización de Públicos correspondiente al Sistema de Información Cultural #SIC-, según formato definido por la secretaría de Cultura Ciudadana, dicho instrumento fue aplicado a un total de **1.042 personas** (a fecha del 30 de noviembre), logrando así el cumplimiento del número mínimo de aplicaciones de encuestas pactado en el presente convenio.



Fotografías/ públicos diversos que integran la programación y dinámicas del museo

Meta por cumplir	%	Cantidad total	% Cumplimiento al 30 nov	Cantidad cumplimiento al 30 noviembre	Pendiente por cumplir
Accesos libres	100%	81.068 entradas (Alcaldía) 8.695 (MAMM) **90.924 accesos** libres en total	100% (Alcaldía) **Porcentaje acumulativo contando informe anterior** 100% (MAMM) **Porcentaje acumulativo contando informe anterior**	4.861. accesos libres (Alcaldía) 8.695 accesos libres (MAMM) **(90.924 -total Cifras acumulativas contando informes anteriores**	0 accesos 0 % (Alcaldía) O accesos 0% (MAMM)

b) Experiencias formativas inmersivas

En el periodo comprendido por el presente informe (25 de septiembre al 30 noviembre de 2022) se han realizado cuatro (4) actividades de este componente, bajo las modalidades de talleres y laboratorios con entrada gratuita y acceso libre por parte de la ciudadanía. Durante cada una de las experiencias se hizo entrega a los participantes de un refrigerio básico empacado, material de apoyo acorde a la experiencia y se contó con herramientas de aprendizaje diversas para el desarrollo de la misma.

Detalle de experiencias desarrolladas:

- **Taller de customización de prendas: flow sostenible.**
  12 de octubre
  # Participantes: 33

- **Taller de diseño sostenible: manos al concreto**
  22 de octubre
  # Participantes: 36

- **Taller de proyectores análogos: imagen expandida**
  19 de noviembre
  # Participantes: 30

- **Laboratorio de experimentación con material de archivo: Toda la memoria del mundo. Con Alejandra Jaramillo**
  22 de noviembre
  # Participantes: 30

Meta por cumplir	%	Cantidad total	% Cumplimiento 30 nov.	Cantidad cumplimiento 30 nov.	Pendiente por cumplir
Experiencias formativas inmersivas	100%	16- experiencias 480- personas	100 %	16- experiencias #Participantes: 468 (Cifras acumulativas contando informe anterior)	0- experiencias #Participantes: 12 (Cifras acumulativas contando informe anterior)

c) Experiencias guiadas

Esta estrategia se había logrado cumplir a cabalidad desde el informe pasado. A la fecha se cuenta con un cumplimiento del 100% este componente se realizó bajo la modalidad de recorridos y escuchas comentadas o visitas *En sala* que consisten, mediante conversaciones entre la ciudad, los curadores expertos, los mediadores del museo, gestores y artistas.

Meta por cumplir	%	Cantidad total	% Cumplimiento 30 nov	Cantidad cumplimiento 30 nov.	Pendiente por cumplir
Experiencias guiadas	100%	25- experiencias 500- personas	100%	25- experiencias #Participantes: 652 (Cifras acumulativas contando informe anterior)	0- experiencias #Participantes:0 (Cifras acumulativas contando informe anterior)

d) Experiencias itinerantes: cine en movimiento

Para el periodo comprendido en este informe, se llevaron a cabo cinco actividades de experiencias itinerantes, las cuales fueron diseñadas e implementadas desde la perspectiva de dos películas: *Mi vecino totoro (Hayao Miyazaki)* y *Si dios fuera Mujer (Angélica Cervera Aguirre).* La experiencia desarrollada en el corregimiento de San Antonio de Prado se llevó a cabo con los públicos juveniles de la Fundación Funaya, con quienes se visualizó la película *Mi Vecino Totoro*, cuya intención pedagógica se orientó a reflexionar sobre el cuidado de los otros y el buen vivir en comunidad.

Por su parte, las otras cuatro experiencias reportadas en este informe, dentro de las experiencias itinerantes, se realizaron enmarcadas en la película *Si dios fuera Mujer*, específicamente en los territorios de: Corregimiento de San Cristobal, Barrio Pedregal, Moravia y El Museo Casa de la Memoria, escenarios en los que se propiciaron preguntas y diálogos relacionados con la diversidad de género y el reconocimiento de las formas disruptivas de tejer en este presente las identidades, temáticas que detonaron preguntas, debates y múltiples visiones que contribuyen a la consolidación de maneras más democráticas y amplias de vivenciar las diferencias en la vida cotidiana.



Fotografía- Experiencia Itinerante Corregimiento San Cristóbal

Detalle de experiencias itinerantes desarrolladas:

- **Cine en movimiento. Parque Biblioteca San Antonio de Prado.**
  12 de octubre
  # Participantes: 62

- **Cine en movimiento. Parque Biblioteca San Cristóbal. Comuna 60**
  21 de octubre
  # Participantes: 77

- **Cine en movimiento. SENA de Pedregal.**
  26 de octubre
  # Participantes: 50

- **Cine en movimiento. Centro de Desarrollo Cultural de Moravia.**
  10 de noviembre
  # Participantes: 50

- **Cine en movimiento. Museo Casa de la Memoria**
  16 de noviembre
  # Participantes: 20

Meta por cumplir	%	Cantidad total	% Cumplimiento	Cantidad cumplimiento 30 nov	Pendiente por cumplir
Experiencias itinerantes	100%	8- experiencias 400- personas	100%	8- experiencias #Participantes: 412 (Cifras acumulativas contando informe anterior)	0- experiencias #Participantes:0

e) Experiencias de cobertura expandida en corregimientos: LABORATORIOS DE CREACIÓN para público escolar.

A la fecha se ha realizado el total de todas las acciones de cobertura. Durante este periodo se desarrollaron actividades en los corregimientos de: San Antonio de Prado, San Sebastián de Palmitas, Santa Elena y Altavista.

Las distintas experiencias comprendieron procesos de exploración y creación a través del dibujo, el fotobordado, el arte objetual y la reflexión en torno a las colecciones y exposiciones temporales del Museo. En estas actividades participaron niños, niñas, adultos mayores y jóvenes.



(1) Experiencia de cobertura San Antonio de Prado (Funaya)



(1) Experiencia de cobertura Altavista (fotobordado)

- **Laboratorio de creación, experiencia de cobertura en San Antonio de Prado**
  11 de octubre
  # Participantes: 50

- **Laboratorio de creación, experiencia de cobertura en San Sebastián de Palmitas.**
  11 de noviembre
  # Participantes: 50

- **Laboratorio de creación, experiencia de cobertura en Santa Elena. Institución Educativa Martín Eduardo.**
  16 de noviembre
  # Participantes: 50

- **Laboratorio de creación, experiencia de cobertura en Altavista**
  18 de noviembre
  # Participantes: 50

Meta por cumplir	%	Cantidad total	% Cumplimiento al 30 nov	Cantidad cumplimiento 30 nov	Pendiente por cumplir
Experiencias de cobertura	100%	5- experiencias 250- personas	100%	5- experiencia #Participantes: 258	0- experiencias #Participantes: 0

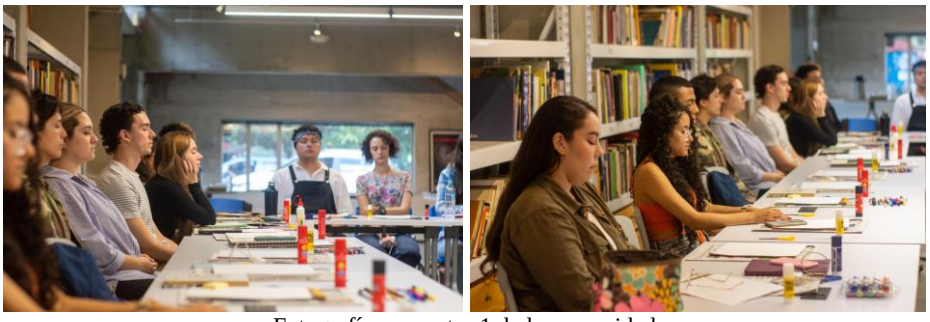
EJE 2 – GESTIÓN DE AUDIENCIAS:

En el pasado informe se dio cuenta del diseño preliminar del manual de operación de la comunidad consolidada en el marco del presente convenio, la cual comprende objetivos, esquemas de funcionamiento, perfiles y líneas de contenidos generales sobre las cuales se movilizaron temáticas.

Para el inicio de esta comunidad el museo realizó una convocatoria abierta de personas interesadas en formarse como creadores de contenidos culturales, bajo dos condiciones fundamentales: tener sensibilidad hacia temas orientados al arte y la oferta cultural y contar con el manejo básico de herramientas tecnológicas, así como con un dispositivo. A partir de esta invitación se desarrollaron dos encuentros con 26 personas, en los cuales se abordaron tópicos relacionados con las narrativas, los formatos y los referentes para la co-creación; al final se realizaron en directo algunos ejercicios prácticos que derivaron en creaciones para redes sobre las exposiciones temporales del museo, la tienda MAMM, y los espacios al aire libre del museo, estas muestras se adjuntan como soporte.

Luego de los encuentros presenciales con la comunidad, se ha establecido contacto directo, vía WhatsApp, para invitarles a los distintos eventos del museo y para animarles a continuar las alianzas que se crearon en los encuentros, pues hubo un notable interés en que generar proyectos colectivos tipo networking orientados a la cultura.

A continuación se da cuenta de los entregables pactados y su ejecución:



Fotografía encuentro 1 de la comunidad

Meta por cumplir	%	Cantidad total	% Cumplimiento al 30 nov	Cantidad cumplimiento 30 nov	Pendiente por cumplir
Construcción de comunidad	100%	3- acciones x implementar 20- integrantes	100%	2- acciones 26 integrantes	3- acciones 0- integrantes

a) Creación de la comunidad.

Para la construcción de una comunidad que promueva la apropiación, apreciación y consumo del arte y la cultura en la ciudad, el Museo de Arte Moderno de Medellín se propone realizar una convocatoria pública para que todas aquellas personas, con énfasis en edades entre los 14 y 28 años, que deseen fortalecer sus conocimientos o iniciar un camino de exploración en la creación de contenido digital para el sector cultural.

Esta convocatoria fue enfocada a personas que residan en la ciudad de Medellín, con interés en la creación de contenido digital (pueden o no tener experiencia) y sensibilidad hacia la oferta cultural de la ciudad, debe contar con un manejo básico de herramientas de comunicación digital y tener la disponibilidad para asistir de manera presencial a los encuentros que se programaron.

A partir de esta convocatoria se buscó establecer un grupo de no menos de 20 integrantes que serán aquellos que conformarán la comunidad, la cual se reunirá de manera periódica al inicio para posteriormente, ampliar los plazos de encuentro.

Para el primer momento se propuso convocarlos a un encuentro formativo acerca de la creación de contenido: formatos, narrativas, y herramientas para la creación. Este espacio se propone en dos momentos, uno teórico y otro práctico en el que se pongan en marcha los conocimientos adquiridos y se inicie el proceso de co-creación por parte de los integrantes de la comunidad.

En un primer momento, el plan de contenidos estuvo orientado a vincularse con el último bloque expositivo del Museo para 2022, el cual plantea una mirada al arte y las prácticas artísticas de la ciudad de Medellín, con sus diferentes actores y sus múltiples interpretaciones. A partir de este concepto,

los integrantes de la comunidad aportaron con sus creaciones a visibilizar diferentes lugares de la ciudad y cómo desde allí se vive y se entiende el arte, integrándose a los contenidos de la exposición.

Estos contenidos, además de promover la apropiación, la apreciación y el consumo del arte y la cultura en la ciudad, permitieron servir de enlace y expectativa con relación a una muestra expositiva que propone una mirada reflexiva sobre este tema en el territorio.

Para darle sostenibilidad a esta propuesta, se buscó que a partir de la formación que se ofreció en un inicio para cualificar las habilidades de los integrantes, estos puedan generar contenidos no solamente enfocados en las actividades propias del Museo de Arte Moderno de Medellín, sino que puedan explorar otros escenarios culturales de la ciudad que sean de su interés y así se incremente la visibilidad de la oferta desde un discurso más fresco y cercano como sería el de estos validadores, en lugar de la voz oficial de las instituciones.

De igual manera, esta comunidad de creadores de contenido se vinculó con la campaña de comunicación que se ejecutaó como parte del eje 3 “Estrategias para la diversificación artística y cultural” de la propuesta presentada en el convenio de asociación para el programa de formación de dinámicos.

EJE 3 – ESTRATEGIAS PARA LA DIVERSIFICACIÓN ARTISTICA Y CULTURAL

Visibilización de las artes y la cultura.
Se realizaron acciones de acercamiento del público y la audiencia a la oferta cultural de la ciudad, a través de un (1) espacio de estudio.

Como parte del entregable *“Plan de la campaña según especificaciones*” en el pasado informe se hizo entrega de un esbozo de la campaña que contiene especificaciones, definición de segmentos uno de los principales será: jóvenes entre los 16 y los 24 años, que representa el 10% de las audiencias del museo en el ecosistema digital y se corresponde con la edad de los visitantes que están por fuera de las *visitas- taller* que se realizan con las instituciones educativas, para lo cual se contará con el canal de tik tok que ya fue abierto las semanas anteriores en dicha plataforma, como estrategia clave dirigida a estos públicos.

Campaña visibilización de la oferta cultural.
Fomento del consumo de productos artísticos y culturales de la ciudad con enfoque museístico, a través de una (1) campaña dirigida a promover el acercamiento del público a la oferta cultural, mediante técnicas comunicacionales de persuasión, la cual debe contener:

2 acciones ejecutadas durante este periodo (25 septiembre y 30 noviembre). El plan de la campaña y la Definición de una batería de indicadores de medición de impacto de la campaña. Cabe anotar que solo era su creación, más no de su implementación.

La campaña se centró en el propósito de acercar nuevos públicos al museo mediante la incursión y la promoción en la plataforma de Tik-Tok orientada a audiencias menores de 25 años, toda vez que el estudio realizado en el marco de este mismo convenio concluyó que es un público potencial por ser atraído al museo para el cual habría que pensar acciones y estrategias diferenciales, basadas en las nuevas narrativas y lenguajes de los mundos juveniles actuales. Durante la campaña se produjeron 16 contenidos centrados en tres franjas temáticas: l*a vida del museo, como se hacen exposiciones, qué hay para hacer en el museo*.

EXPERIENCIA FORMATIVA PARA PÚBLICOS ESTRATÉGICOS:

Como parte de esta estrategia se desarrollaron tres charlas en la semana de formación de públicos dinámicos, cuyos temas fueron oferta y demanda de productos culturales, a partir de las cuales se reflexionó sobre la experiencia museística en torno a la felicidad, las experiencias en clave de las emociones, y el programa *Medellín Cómo Vamos* conversó con los públicos sobre cómo está cambiando en términos demográficos la ciudad y las visiones sobre el incremento de la población adulta, asunto que será estratégico pensar para las ofertas culturales del futuro, sobre todo en clave de preguntas como por ejemplo: ¿qué consume la gente? ¿Cómo lo consume? ¿Qué rutas de ocio promover, en alternativas a los centros comerciales? ¿Cómo hacer esto atractivo? Al final de estos conversatorios la empresa Etnológica hizo una charla sobre cómo conocer y entender a los públicos.

Derivado de esta estrategia se entrega un podcast que comprende algunas reflexiones generales suscitadas en estas conversaciones.

A continuación se exponen perfiles y charlas generales realizadas:

Charla 1 -Analizar la experiencia del visitante. Prácticas desde la Casa Batlló
Invitada en conexión remota: Ana María Acosta. Responsable de visitas culturales de la Casa Batlló, Barcelona.

Charla 2 -Así va la cultura en Medellín
Invitados: Luis Fernando Agudelo y Robinson Meneses. Medellín Cómo Vamos

Charla 3 -Reflexiones para la mediación de la oferta cultural desde las realidades y necesidades de los públicos
Invitados: Felipe Tabares y Catalina Bustamante. Etnológica.

Reseñas invitados:

Ana María Acosta Ossa:

Directora de visitas culturales en la Casa Batlló, en Barcelona.
La Casa Batlló es una joya arquitectónica diseñada por el arquitecto Antoni Gaudí, máximo representante del modernismo catalán, y construida a inicios del siglo XX. Inició sus visitas culturales en el año 2002 y se ha consolidado como uno de los museos más visitados en Barcelona.

Luis Fernando Agudelo:

Luis Fernando es doctor en Estudios Políticos de la Universidad Externado de Colombia, magíster en Gerencia Pública de la UNP San Juan Bosco (Argentina) y contador de la Universidad de Medellín. Se desempeñó como asesor del Marco Fiscal de Mediano Plazo y del Plan Integral de Desarrollo Metropolitano en el Área Metropolitana del Valle de Aburrá y, en el campo académico, como experto en políticas públicas y profesor de Cátedra de la Universidad Eafit. También, se destaca su participación en los grupos de investigación Lineamientos de regulación tributaria local para la construcción de un ecosistema funcional de economía digital en Medellín de la Universidad de Medellín, Lineamientos de Planificación para Oriente, Aburrá y Occidente de Antioquia en el horizonte 2030 de la Universidad de Antioquia INER y Corporación Región y en el grupo de Investigación en Gestión y riesgos públicos, reconocido por Colciencias en Categoría C. Es el director de Medellín Cómo Vamos desde el 1 de diciembre de 2020.

Robinson Meneses

Róbinson es comunicador audiovisual del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid y magíster en Estudios del Comportamiento de la Universidad Eafit. Lideró la realización de contenidos digitales en Proantioquia y fue coordinador de comunicaciones en la organización social Innove.

Ha sido tallerista y ponente en escenarios locales, regionales y a nivel internacional en temas como juventud, ambiente, empleo y la agenda de Objetivos de Desarrollo Sostenible -ODS-. Ha colaborado en diversos proyectos ciudadanos que tienen como propósito trabajar por los retos de la ciudad y la región. Se vinculó a Medellín Cómo Vamos desde junio de 2018 donde coordina la estrategia de comunicación y divulgación del programa.

Felipe Tabares

Gerente de Etnológica, empresa especializada en investigación psico antropológica, con 20 años de experiencia en el tema. Es ingeniero administrador con un posgrado en Estética y cultura.

Catalina Bustamante

Directora de investigación en Etnológica con 8 años de experiencia en el tema, es comunicadora con una maestría en Comportamiento del consumidor, donde desarrolló su trabajo de grado sobre el consumo cultural en Colombia.



Fotografías de la experiencia formativa

Meta por cumplir	%	Cantidad total	% Cumplimiento 30 nov	Cantidad cumplimiento 30 nov	Pendiente por cumplir
Estrategias para la diversificación artística y cultural	100%	9- acciones x implementar	100%	9- acciones del componente	0- acciones

RIESGOS, ACCIONES PREVENTIVAS, ACCIONES DE MEJORA, ACCIONES CORRECTIVAS

Luego de la experiencia de ejecución de este año se exponen las siguientes recomendaciones para posteriores ediciones del programa:

- Es importante iniciar convenios desde principio de año para que no se vean afectadas las actividades y el flujo de caja de las instituciones. Una buena implementación de estos proyectos se da cuando hay más tiempo de ejecución. Plantear orden administrativo que relacione tiempos de ejecución y desembolsos, coherente y alcanzable.
- Pensar o diseñar estrategia de comunicación desde la Secretaría de Cultura enfocada en este programa, de tal manera que puedan enlazarse más directamente las convocatorias e ir consolidando unos públicos cada vez más amplios, en un trabajo conjunto entre la secretaría y los museos.
- Público de 50 personas por actividad: es una meta alta, no todas las entidades o espacios aliados en territorio tienen la capacidad de convocatoria para lograr esta meta. Esto lo que hace es que siempre se llegue a públicos ya organizados "cautivos" y se dejen de lado formas de participación no organizadas que también hacen parte de la dinámicas de los territorios.
- Es importante leer los contextos antes de plantear cifras muy altas para cumplir con determinados indicadores y número de beneficiarios. Hay zonas donde no se logra alcanzar estas cifras o es muy difícil ya que son comunidades que no están familiarizadas con los procesos culturales que se pueden dar o simplemente no tienen interés por participar.
- Se sugiere crear y compartir una base de datos de las diferentes instancias o entidades con las que se pueda establecer articulación, principalmente en los corregimientos, en aras de fortalecer los procesos y brindar herramientas para intervenir estos territorios.

ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN

Las distintas estrategias de comunicación y divulgación fueron impulsadas desde una perspectiva orgánica a través de las redes sociales con las que ya cuenta el Museo de Arte Moderno de Medellín, las cuales se encuentran posicionadas entre públicos de interés de consumo artístico y cultural. Las redes sociales implementadas fueron Instagram, facebook, Twitter y el sitio web del museo www.elmamm.org

A partir de las publicaciones hechas para promover las diferentes acciones del convenio se obtuvieron las siguientes estadísticas de interacción y uso de cada red social:

Red	Dato Informe 2	Dato Informe 3	Dato Informe 4
Facebook Interacciones	1045	641	275
Instagram Interacciones	8511	10244	3919
Twitter Interacciones	395	130	122
TOTAL ROI DIGITAL	9951	11015	4316

Datos de interacciones finales con las publicaciones del convenio.

	A	B	C	D	E	F
1	Facebook		Instagram		Twitter	
2	Interacciones		Interacciones		Interacciones	
3	13		232		3	
4	26		101		11	
5	67		295		7	
6	24		1137		27	
7	87		676		15	
8	9		40		8	
9	3		263		10	
10	14		227		12	
11	21		427		20	
12	11		137		9	
13			384			
14	275				122	
15			3919			
16						

Desglose de datos octubre- diciembre 2022.

Centro Administrativo Distrital – CAD – Calle 44 No. 52 – 165
Línea Única de Atención a la Ciudadanía 44 44 144
www.medellin.gov.co
Medellín - Colombia

Se adjuntan algunos links directos a publicaciones, en los anexos podrá verificarse el total de publicaciones, así como su movilización desde la pantalla.

Facebook

https://www.facebook.com/210230005691362/posts/pfbid032x6GAfZMPPQKPeuDTBfFgzKrUrYaB1tDVdm8DcnRECkgCtzSLsRbRmW9j9jXAw8ul/?mibextid=Nif5oz

https://www.facebook.com/210230005691362/posts/pfbid0hfzwvD7z1S3Mqfa5RY7kiRBhn7Sx176JfXRNbnunJTQe7ip6ETLU1VNwf7JoTptcl/?mibextid=Nif5oz

https://www.facebook.com/210230005691362/posts/pfbid0e3swy3NVzEb66XjZsZxVdtpLNfcF41aSgM6f3yZgw5yhD93CA1ZuSZxuE2qibaSil/?mibextid=Nif5oz

https://www.facebook.com/mammedellin/videos/1781651915527209/?extid=CL-UNK-UNK-UNK-AN_GK0T-GK1C

https://www.facebook.com/210230005691362/posts/pfbid02tUY7bh8rdoP9ctVP4pvWkFaeSZuQM8j3JCbdmZ1ZzGF9oesFyN56pLcD1BNaqsELl/?mibextid=Nif5oz

Instagram

https://www.instagram.com/p/CjV0H2zsAvV/?igshid=MTg0ZDhmNDA=

https://www.instagram.com/reel/CjlEOJEjOFe/?igshid=MTg0ZDhmNDA=

https://www.instagram.com/p/Cj1R3HQvD6d/?igshid=MTg0ZDhmNDA=

https://www.instagram.com/p/Cj8X3fLLKNX/?igshid=MTg0ZDhmNDA=

https://www.instagram.com/p/CkULZ4gPOeB/?igshid=MTg0ZDhmNDA=

Twitter

https://twitter.com/MAMMedellin/status/1592199766083264512?t=0OQKi1FdXnOfjBAlBpzBnA&s=19

https://twitter.com/MAMMedellin/status/1591777906086199298?t=iFYwPgOqav5W1vA_uIyPNA&s=19

https://twitter.com/MAMMedellin/status/1590757726929715203?t=j_8BEgvk3dvOhrWYC7XOIQ&s=19

https://twitter.com/MAMMedellin/status/1587854409618395136?t=L_cW1LizHXviR_d14GAZBQ&s=19

https://twitter.com/MAMMedellin/status/1582144573606096896?t=5Adi_0nIb8ZtToZ4zmQhXQ&s=19

Tik - Tok

https://vm.tiktok.com/ZMFqhMWSV/

https://vm.tiktok.com/ZMFqhF2UW/

https://vm.tiktok.com/ZMFqhMcex/

https://vm.tiktok.com/ZMFqhJtEq/

Centro Administrativo Distrital – CAD – Calle 44 No. 52 – 165
Línea Única de Atención a la Ciudadanía 44 44 144
www.medellin.gov.co
Medellín - Colombia

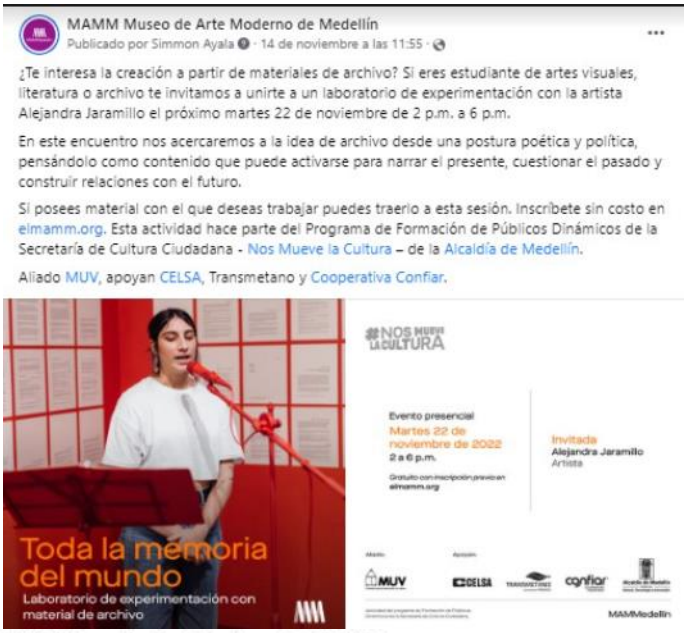






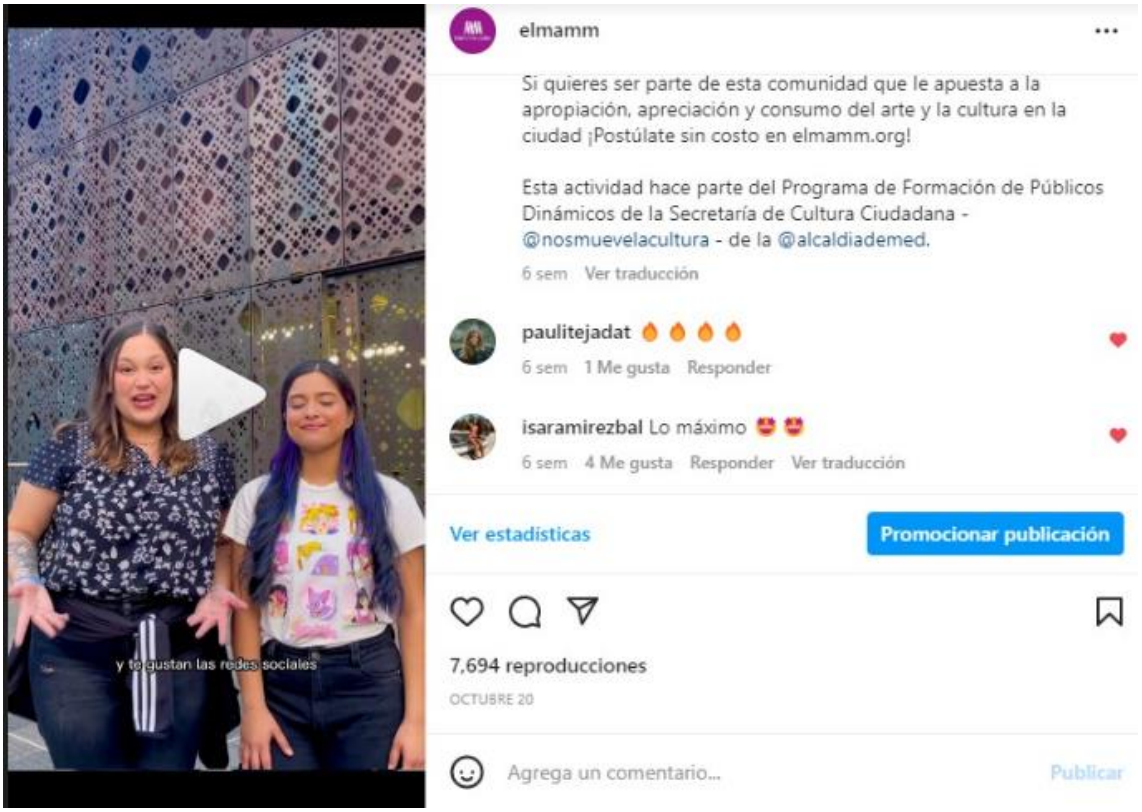


Centro Administrativo Distrital – CAD – Calle 44 No. 52 – 165
Línea Única de Atención a la Ciudadanía 44 44 144
www.medellin.gov.co
Medellín - Colombia





Centro Administrativo Distrital – CAD – Calle 44 No. 52 – 165
Línea Única de Atención a la Ciudadanía 44 44 144
www.medellin.gov.co
Medellín - Colombia



ALGUNOS PRODUCTOS Y CONTENIDOS GENERADOS

Se da cuenta de los contenidos y productos generados a la fecha del presente informe (entre 25 de septiembre y el 30 de noviembre), relacionando la descripción detallada de los tópicos abordados, así como las respectivas evidencias que pueden hallarse en las carpetas adjuntas al presente informe.

a) <u>Experiencias formativas inmersivas</u>

#	NOMBRE DE LA EXPERIENCIA	FECHA	DIRIGIDO POR	DESCRIPCIÓN DETALLADA
1	**Taller de customización de**	**Octubre 12 de 2022**	Isabella Ramírez y Cristian López	Actualmente la industria textil es la cuarta más contaminante del mundo, ésto debido a la alta

	prendas: flow sostenible		(mediadores MAMM)	demanda de recursos utilizados en producir nuestra ropa y a la cantidad de desechos que genera; por esta razón, diversos activistas, antropólogos y diseñadores se han enfocado en promover un movimiento slow fashion que consiste en darle una vida más larga a nuestras prendas con el fin de consumir menos. En este taller podrás resignificar una prenda de vestir que ya no uses a través de la intervención textil y pictórica con diferentes materiales.
2	**Taller de diseño sostenible: manos al concreto**	**Octubre 22 de 2022**	Isabella Ramírez y Camilo Carmona (mediadores MAMM)	¿Te has preguntado qué objetos podrías crear usando concreto? El concreto es un material con excelentes propiedades de sostenibilidad; permite crear productos duraderos y, al mismo tiempo, asequibles, minimalistas y atemporales. En este taller buscaremos experimentar con este material usado comúnmente en la construcción, para producir piezas decorativas y significativas con las cuales podrás decorar tus espacios o incluso tu manera de vestir. Además, podrás acercarte a algunos conceptos y acciones básicas del diseño industrial, como la elaboración de moldes, la preparación de mezcla para vaciados y el producto final y su decoración.
3	**Taller de proyectores análogos: imagen expandida**	**Noviembre 19 de 2022**	Camilo Carmona y Yuliana Ocampo (mediadores MAMM)	El uso de imágenes en gran formato constituye un escenario visual que no sólo se inscribe en el terreno de la publicidad, el diseño o el márketing, sino que también hace parte de la práctica creativa tanto de muralistas, graffiteros y artistas urbanos. En este taller exploramos las posibilidades creativas de los proyectores análogos; además, aprenderemos a elaborar dispositivos caseros para ampliar imágenes simples.
4	**Laboratorio de experimentación con material de archivo: Toda la memoria del mundo**	**Noviembre 22 de 2022**	Alejandra Jaramillo Paba (artista) y Yuliana Ocampo (mediadora MAMM)	En este encuentro buscaremos desmontar la concepción del archivo como entidad que contiene la verdad, acercarnos a él como una ventana desde donde se pueden observar pistas de algunos pasados y encontrar herramientas para construir vínculos entre esas pistas, siguiéndolas para construir narraciones que

				cuestionen o den cuenta de los restos que con el tiempo se transforman en bases. Nos acercaremos a la idea de archivo desde una postura poética y política, pensándolo como contenedor de información que puede activarse como herramienta para narrar los presentes, cuestionar los pasados y construir relaciones afectivas, conceptuales y formales entre lo que supuestamente fue, lo que podría haber sido y lo que podría ser; en ese orden de ideas entenderemos por archivo cualquier tipo de material conservado, guardado o coleccionado, desde archivos de prensa, álbumes familiares, objetos coleccionados, material fotográfico, capturas de pantalla, fotos o videos en el celular; o cualquier colección o agrupación de cosas guardadas con las que no se ha sabido qué hacer pero que por algún motivo no se pueden desechar.

b) Experiencias itinerantes: cine en movimiento

#	NOMBRE DE LA EXPERIENCIA	FECHA	DIRIGIDO POR	DESCRIPCIÓN DETALLADA	Evidencias
1	**Experiencia Itinerante Cine en movimiento. Parque Biblioteca San Antonio de Prado.**	**Octubre 12 de 2022**	Johana Gallego, Estefanía Restrepo, María Camila Pérez (mediadoras MAMM)	La experiencia consistió en un mágico viaje por el mundo animado de Hayao Miyazaki quien en 1.988 estrenó la película animada *Mi Vecino Totoro*; una historia para evocar y reflexionar sobre nuestra relación con la enfermedad, la naturaleza y la familia.	**Ver- Carpeta general: Experiencias Eje 1.** -Guía, bitácora, material de apoyo, listado y fotografías -Listado de asistencia
2	**Experiencia Itinerante Cine en movimiento. Parque Biblioteca San Cristóbal.**	**Octubre 21 de 2022**	Johana Gallego y Daniel Serna (mediadoras MAMM)	Proyección de la película *Si dios fuera mujer* (2021) con jóvenes y adultos de la comunidad, para mediar reflexiones en torno a la diversidad de género, la identidad y la familia.	**Ver- Carpeta general: Experiencias Eje 1.** -Guía, bitácora, material de apoyo, listado y fotografías -Listado de asistencia

3	**Experiencia Itinerante Cine en movimiento. SENA de Pedregal.**	**Octubre 26 de 2022**	Johana Gallego y Yuliana Ocampo (mediadoras MAMM)	Proyección de la película *Si dios fuera mujer* (2021) con jóvenes y adultos de la comunidad, para mediar reflexiones en torno a la diversidad de género, la identidad y la familia.	**Ver- Carpeta general: Experiencias Eje 1.** -Guía, bitácora, material de apoyo, listado y fotografías -Listado de asistencia
4	**Experiencia Itinerante Cine en movimiento. Centro de Desarrollo Cultural de Moravia.**	**Noviembre 10 de 2022**	Johana Gallego y Cristian López (mediadoras MAMM)	Proyección de la película *Si dios fuera mujer* (2021) con jóvenes y adultos de la comunidad, para mediar reflexiones en torno a la diversidad de género, la identidad y la familia.	**Ver- Carpeta general: Experiencias Eje 1.** -Guía, bitácora, material de apoyo, listado y fotografías -Listado de asistencia
5	**Experiencia Itinerante Cine en movimiento. Museo Casa de la Memoria**	**Noviembre 16 de 2022**	Johana Gallego y Cristian López (mediadoras MAMM)	Proyección de la película *Si dios fuera mujer* (2021) con jóvenes y adultos de la comunidad, para mediar reflexiones en torno a la diversidad de género, la identidad y la familia.	**Ver- Carpeta general: Experiencias Eje 1.** -Guía, bitácora, material de apoyo, listado y fotografías -Listado de asistencia

c) Experiencias de cobertura expandida en corregimientos: LABORATORIOS DE CREACIÓN

#	NOMBRE DE LA EXPERIENCIA	FECHA	DIRIGIDO POR	DESCRIPCIÓN DETALLADA	Evidencias
1	**Laboratorio de creación, experiencia de cobertura en San Antonio de Prado**	**Octubre 11 de 2022**	Daniel Serna, Yuliana Ocampo, Isabella Ramírez (mediadores MAMM).	Laboratorio de creación realizado en la Fundación Acoger y Acompañar FUNAYA. Basados en el pensamiento artístico detonamos posibilidades para la creatividad, en un entorno donde el arte suele ser escaso. Por medio de nuestras actividades abrimos nuevas puertas y despertamos sensibilidades que permiten a los participantes “pensar por fuera de la caja” y mirar el mundo con los lentes de la empatía y la creatividad.	**Ver- Carpeta general: Anexo calidad /Experiencias de cobertura en corregimientos.** -Guía, relatoría, material de apoyo, listado y fotografías -Listado de asistencia -Publicaciones redes sociales

Centro Administrativo Distrital – CAD – Calle 44 No. 52 – 165
Línea Única de Atención a la Ciudadanía 44 44 144
www.medellin.gov.co
Medellín - Colombia

2	**Laboratorio de creación, experiencia de cobertura en San Sebastián de Palmitas**	**Noviembre 11 de 2022**	Daniel Serna, Yuliana Ocampo, Isabella Ramírez, Camilo Carmona (mediadores MAMM).	Laboratorio de creación realizado en la I.E. Héctor Rogelio Montoya. Basados en el pensamiento artístico detonamos posibilidades para la creatividad, en un entorno donde el arte suele ser escaso. Por medio de nuestras actividades abrimos nuevas puertas y despertamos sensibilidades que permiten a los participantes “pensar por fuera de la caja” y mirar el mundo con los lentes de la empatía y la creatividad.	**Ver- Carpeta general: Anexo calidad /Experiencias de cobertura en corregimientos.** -Guía, relatoría, material de apoyo, listado y fotografías -Listado de asistencia -Publicaciones redes sociales
3	**Laboratorio de creación, experiencia de cobertura en Santa Elena**	**Noviembre 16 de 2022**	Daniel Serna, Yuliana Ocampo, Isabella Ramírez, Camilo Carmona (mediadores MAMM).	Laboratorio de creación realizado en la I.E. Martín Eduardo. Basados en el pensamiento artístico detonamos posibilidades para la creatividad, en un entorno donde el arte suele ser escaso. Por medio de nuestras actividades abrimos nuevas puertas y despertamos sensibilidades que permiten a los participantes “pensar por fuera de la caja” y mirar el mundo con los lentes de la empatía y la creatividad.	**Ver- Carpeta general: Anexo calidad /Experiencias de cobertura en corregimientos.** -Guía, relatoría, material de apoyo, listado y fotografías -Listado de asistencia -Publicaciones redes sociales
4	**Laboratorio de creación, experiencia de cobertura en Altavista**	**Noviembre 18 de 2022**	Daniel Serna, Yuliana Ocampo, Isabella Ramírez, Johana Gallego (mediadores MAMM).	Laboratorio de creación realizado en la Casa de la Cultura. Basados en el pensamiento artístico detonamos posibilidades para la creatividad, en un entorno donde el arte suele ser escaso. Por medio de nuestras actividades abrimos nuevas puertas y despertamos sensibilidades que permiten a los participantes “pensar por fuera de la caja” y mirar el mundo con los lentes de la empatía y la creatividad.	**Ver- Carpeta general: Anexo calidad /Experiencias de cobertura en corregimientos.** -Guía, relatoría, material de apoyo, listado y fotografías -Listado de asistencia -Publicaciones redes sociales

Centro Administrativo Distrital – CAD – Calle 44 No. 52 – 165
Línea Única de Atención a la Ciudadanía 44 44 144
www.medellin.gov.co
Medellín - Colombia

ELEMENTOS DE IMPACTO

Para este último informe del convenio se entregan como elementos de mayor impactos cifras de participación total en las experiencias guiadas, itinerantes, inmersivas y de cobertura que hacen parte del eje 1 y que evidencian la participación más amplia y plural de museo, pues es la estrategia que evidencia mayor diversificación de públicos tanto por sus contenidos, como por los territorios abordados.

Las experiencias de cobertura contaron con un porcentaje de participación de mujeres del 53,8%, y un 45,3 de hombres, mientras que otros géneros obtuvieron un índice de 0,77% para un total de 258 personas.



Por su parte en las experiencias itinerantes participó un 47,6 de mujeres, 51,2 de hombres y otros géneros 1,2 para un total de 412 personas.



Centro Administrativo Distrital – CAD – Calle 44 No. 52 – 165
Línea Única de Atención a la Ciudadanía 44 44 144
www.medellin.gov.co
Medellín - Colombia

En cuanto a las experiencias guiadas se obtuvo un número total de participantes de 652 personas, con unos porcentajes de participación por género distribuidos así: mujeres 55%, hombres 44,9, otros géneros 0,1



Experiencias inmersivas evidenció un porcentaje de participación de mujeres 67,3%, hombres 31,7% y otros géneros 1,0 % para un total de 468 personas en esta línea.



En las experiencias guiadas, itinerantes, inmersivas y de cobertura participaron 1.790 personas, cuyos géneros están distribuidos

principalmente así mujeres 56,6% (1.008), hombres 42,7%(769), otros género 0,7% (13)



Las mujeres lograron el número más alto en la participación, cabe destacar también el crecimiento de la cifra de participantes no binarios en los distintos espacios de programación y acción del museo.

Las actividades aquí descritas con mayor participación de mujeres fueron las experiencias inmersivas, lo que significa que la programación directa en los escenarios del museo es nutrida de manera decida por las mujeres, mientras que en el caso de los hombres, la acción con mayor participación de su parte fueron las experiencias itinerantes, es decir el museo entrego oferta a público masculino radicado por fuera de los territorios más inmediatos del museo. Las experiencias itinerantes fueron, a su vez, también las acciones que registraron una mayor participación de otros géneros.

CONCLUSIONES

Parte de las experiencias construidas en el transcurso de los últimos tres meses, tanto por el equipo y por el comité técnico de la mesa de formación: teatros y museos, es significativamente que la población presenta un gran interés por este tipo de iniciativas, en algunos casos que es importante seguir con talleres, seminarios y/o capacitaciones para ese público objetivo, llevo de líderes de diversas comunas de Medellín, los cuales comparten el sentir de

que es importante seguir impulsando este tipo de aprendizaje continuo con el acercamientos a los teatros y museos de la ciudad.

El proceso de formación de públicos es una estrategia central para continuar promoviendo el arte y la cultura en escenarios y públicos diferentes, permitiendo así que los museos trasciendan esas miradas tan hegemónicas que en otrora les concentraba en los mismos espacios y con las mismas voces.

Las nuevas tecnologías, las recientes tendencias del marketing y los cambios a escala humana que estamos experimentando en el reciente Siglo XXI representan desafíos y enormes oportunidades para reubicar la cultura y el arte en los lugares fundamentales de las agendas públicas, las formaciones y las conversaciones colectivas

- **Porcentaje final de ejecución física del convenio.**
  A la fecha del presente informe, se cuenta con un avance de ejecución física del 100% de las acciones del convenio.

- **Cumplimiento final del Plan de Acción del proyecto asociado a este convenio, en el marco del Plan de Desarrollo: e**n el marco del Plan de Desarrollo: numeral 3.2.7.2. del Plan de Desarrollo Municipal Medellín Futuro 2020-2023 en su Programa: Medellín vive las artes y la cultura se orienta al establecimiento de garantías para que la ciudadanía disfrute de la cultura en todas sus manifestaciones, y para que los gestores y artistas accedan al apoyo del estado para el desarrollo de sus iniciativas en materia creativa o de generación de agenda y eventos culturales y artísticos. Para continuar aportando al seguimiento del Plan de acción las entidades asociadas se disponen a iniciar las encuestas para el Sistema de Información Cultural –SIC- como complemento de dicho seguimiento.

- **Reporte final de los aspectos relevantes.**
  Para acompañar todo el proceso de ejecución se constituyó una Mesa Técnica con los asociados y talento humano de la Secretaría de Cultura Ciudadana, a fin de dar respuesta a dudas, inquietudes y situaciones que puedan presentarse dentro del desarrollo del convenio; así mismo, con el interés de definir los elementos técnicos faltantes o complementarios para lograr suplir la necesidad que justifica este trabajo colaborativo.

  Es de anotar que el período de ejecución del proceso está más ajustado por los tiempos que se tomaron para la legalización del convenio, los cuales

obligan a modificar fechas de pagos y otros elementos que sean sensibles, a fin de no comprometer, ni afectar el libre desarrollo de las experiencias y el logro del objeto del convenio.

Se recomienda a futuro revisar los tiempos de ejecución del proyecto, ya que un proceso ideal sería realizarlo dentro de la mayor cantidad de meses posibles, y no todo solo en cuatro o cinco meses.

Se evidencia el cumplimiento de las obligaciones a cargo del asociado en materia de impuestos y contribuciones aplicables al respectivo convenio. Para ello se extrae del Sistema de Seguimiento a la contratación SAP, el Reporte Retenciones por Convenio.

Descripción Indicador	Valor Retención
Retención ICA 2*1000 art 54 Acuer 64/12	$ 1.806.000
Total general	**$ 1.806.000**

5 INFORME ADMINISTRATIVO:

- Se verificaron los pagos de aportes al Sistema de Seguridad Social Integral y Parafiscales en cumplimiento de las responsabilidades del asociado, así mismo se entregó certificado de paz y salvo de parafiscales firmado por el revisor fiscal de la entidad.

Fecha del Documento	Fechas de cobertura de la certificación del pago realizado al Sistema de Seguridad Social Integral	Relación de los datos de quien firma el documento (Firmado por el Revisor Fiscal o Representante Legal)
09/06/2022	Diciembre de 2021 a Mayo de 2022	Juan Guillermo Soto Ochoa. CC. 8406012 T.P .34620-T Dar International Corporation S.A.S
01/07/2022	Enero a junio de 2022	Juan Guillermo Soto Ochoa. CC. 8406012 T.P .34620-T Dar International Corporation S.A.S
02/08/2022	Julio-agosto de 2022	Juan Guillermo Soto Ochoa. CC. 8406012 T.P .34620-T Dar International Corporation S.A.S

09/09/2022	agosto de 2022	Juan Guillermo Soto Ochoa. CC. 8406012 T.P .34620-T Dar International Corporation S.A.S
06/10/2022	septiembre de 2022	Juan Guillermo Soto Ochoa. CC. 8406012 T.P .34620-T Dar International Corporation S.A.S
08/11/2022	octubre de 2022	Juan Guillermo Soto Ochoa. CC. 8406012 T.P .34620-T Dar International Corporation S.A.S
06/12/2022	noviembre de 2022	Juan Guillermo Soto Ochoa. CC. 8406012 T.P .34620-T Dar International Corporation S.A.S

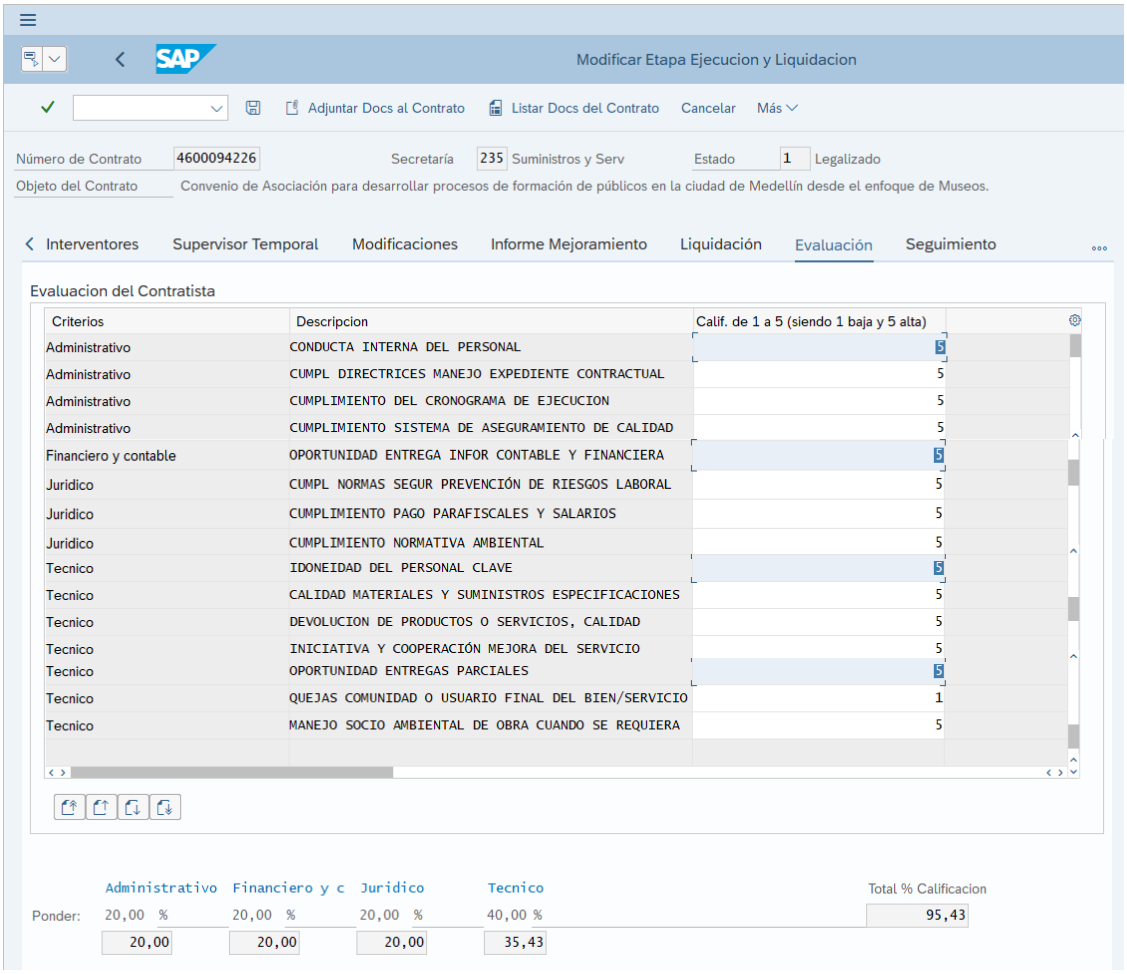
- Informe de la gestión realizada para el registro y marcación de los bienes adquiridos en el convenio y que son objeto de marcación. Para este convenio no aplica este ítem.

- Al presente informe no aplican modificaciones realizadas al convenio, como: otrosíes, adiciones, ampliaciones, cambios de obra, suspensiones y reanudaciones, cesiones de convenio.

- No aplica relación de las ausencias temporales o definitivas, ni redesignaciones de supervisión.

- Para este informe no se materializaron riesgos y por ende no fue necesaria su mitigación.

- En este periodo reportado, se evalúa al asociado y se incluye la imagen de SAP que especifica los criterios de calificación, el total de la misma y las observaciones a que haya lugar.



- El convenio a la fecha no ha sido auditado por parte de los entes de control o por parte de la Secretaría de Evaluación y Control.

6 INFORME FINANCIERO Y CONTABLE:

- **Informe final de la relación de la Imputación del gasto** información establecida desde el convenio, incluyendo el reporte que se origina con la transacción Rendición de la Cuenta por Convenio:

Fondos	Centro Gestor	Posición Presupuestal (Pospre)	Proyecto	CDP	Solicitud de Pedido (Solpedido)	Registro Presupuestal (Pedido)
110090122	71300000	2320202009	200092	4000109075	45013241	4700054402

- **Relación de los pagos realizados:** se realiza el reporte que se origina con la transacción Historial de Pagos del Convenio; se relacionan de manera acumulativa:

Registro Presupuestal (No. Pedido)	No. Factura	Fecha de Contabilización	No. Recibo a Satisfacción (Documento de Material)	Valor Facturado (valor Recibido)
4700054402	FE 1789	08.07.2022	5000675168	$ 180.532.710
4700054402	FE 1832	31.08.2022	5000679305	$ 270.799.064
4700054402	FE 2001	26.10.2022	5000686365	$ 270.799.064
4700054402	FE 2144	26.12.2022	5000501782	$ 180.532.710

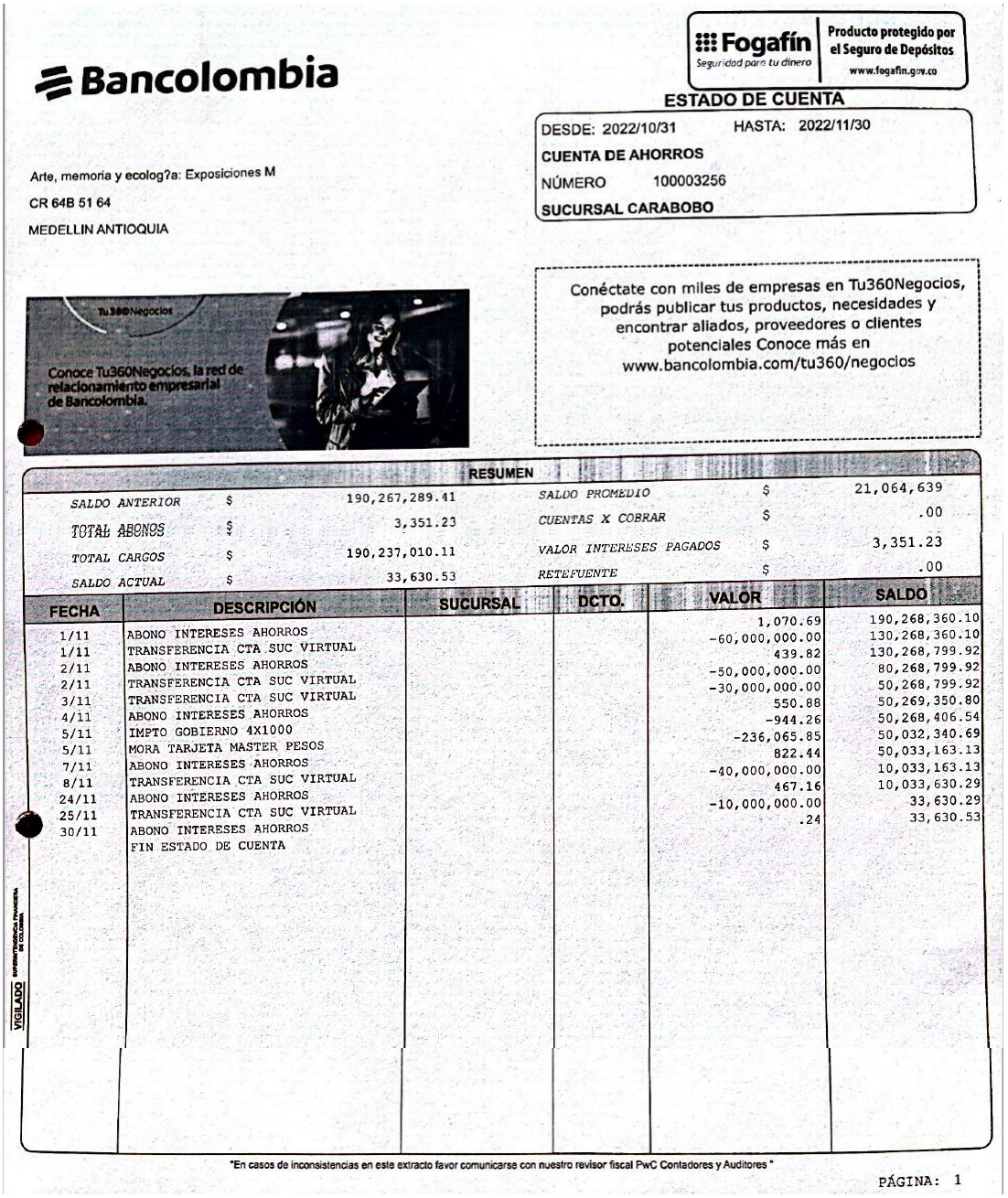
- **Informe de ejecución financiera del convenio por proyectos:** se reporta el informe que se extrae de la transacción - Informe financiero de convenios. Estas cifras representan el acumulado de la ejecución del convenio por proyectos:

Convenio	Registro Presupuestal (Pedido)	Grupo de compras	Denominación Grupo de Compras	Proyecto	Nombre Proyecto	Valor proyecto por pedido	Valor Facturado por proyecto del pedido	Saldo por proyecto del pedido
4600094226	4700054400	219	Cultura Ciudadana	200092	Implementación de estrategia de acceso para formación de públicos Medellín	$ 902.663.548	$ 902.663.548	$ 0

- Resumen final de la ejecución de los recursos:

Valor del Convenio	$ 1.014.228.706
Aportes Municipio	$ 902.663.548
Aportes asociado	$ 111.565.158
Adiciones	0
Total valor del convenio más adiciones	$ 1.014.228.706
Desembolso Realizados (Acumulado)	$ 895.342.600
Desembolso autorizado del mes de diciembre	$ 180.532.710
Porcentaje de ejecución financiera	100%
Porcentaje de ejecución física	100%

- **Relación final de la ejecución de los recursos:** Para este último informe se realizó el tercer desembolso al asociado y se proyecta el cuarto. En la siguiente relación se expone el extracto bancario hasta la fecha y el informe de ejecución financiera; a saber:



Bancolombia

Fogafín Seguridad para tu dinero — Producto protegido por el Seguro de Depósitos www.fogafin.gov.co

ESTADO DE CUENTA

DESDE: 2022/10/31 HASTA: 2022/11/30

CUENTA DE AHORROS

NÚMERO 100003256

SUCURSAL CARABOBO

Arte, memoria y ecolog?a: Exposiciones M

CR 64B 51 64

MEDELLIN ANTIOQUIA

Conéctate con miles de empresas en Tu360Negocios, podrás publicar tus productos, necesidades y encontrar aliados, proveedores o clientes potenciales Conoce más en www.bancolombia.com/tu360/negocios

RESUMEN

SALDO ANTERIOR	$	190,267,289.41	SALDO PROMEDIO	$	21,064,639
TOTAL ABONOS	$	3,351.23	CUENTAS X COBRAR	$	.00
TOTAL CARGOS	$	190,237,010.11	VALOR INTERESES PAGADOS	$	3,351.23
SALDO ACTUAL	$	33,630.53	RETEFUENTE	$	.00

FECHA	DESCRIPCIÓN	SUCURSAL	DCTO.	VALOR	SALDO
1/11	ABONO INTERESES AHORROS			1,070.69	190,268,360.10
1/11	TRANSFERENCIA CTA SUC VIRTUAL			-60,000,000.00	130,268,360.10
2/11	ABONO INTERESES AHORROS			439.82	130,268,799.92
2/11	TRANSFERENCIA CTA SUC VIRTUAL			-50,000,000.00	80,268,799.92
3/11	TRANSFERENCIA CTA SUC VIRTUAL			-30,000,000.00	50,268,799.92
4/11	ABONO INTERESES AHORROS			550.88	50,269,350.80
5/11	IMPTO GOBIERNO 4X1000			-944.26	50,268,406.54
5/11	MORA TARJETA MASTER PESOS			-236,065.85	50,032,340.69
7/11	ABONO INTERESES AHORROS			822.44	50,033,163.13
8/11	TRANSFERENCIA CTA SUC VIRTUAL			-40,000,000.00	10,033,163.13
24/11	ABONO INTERESES AHORROS			467.16	10,033,630.29
25/11	TRANSFERENCIA CTA SUC VIRTUAL			-10,000,000.00	33,630.29
30/11	ABONO INTERESES AHORROS			.24	33,630.53
	FIN ESTADO DE CUENTA				

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

"En casos de inconsistencias en este extracto favor comunicarse con nuestro revisor fiscal PwC Contadores y Auditores "

PÁGINA: 1

Centro Administrativo Distrital – CAD – Calle 44 No. 52 – 165
Línea Única de Atención a la Ciudadanía 44 44 144
www.medellin.gov.co
Medellín - Colombia

Informe Financiero
Formación de Públicos Dinámicos
2022

Información general y financiera del convenio			
1. Entidad asociada	Corporación Museo de Arte Moderno de Medellín		
2. Nit	890984010-5		
3. Fecha de corte	25 de septiembre al 30 de noviembre		
4. Dependencia responsable	Secretaría de Cultura Ciudadana		
5. Número del convenio	CONVENIO 4600094226 DE 2022		
6. Objeto del convenio	Convenio de Asociación para desarrollar procesos de formación de públicos en la ciudad de Medellín desde el enfoque de Museos, Lote 3 (Énfasis en arte contemporáneo).		
7. Valor total del convenio	$ 1.014.228.706	**EJECUCIÓN**	**% EJECUCIÓN**
8. Valor aportado por municipio	$ 902.663.548	**902.663.548**	**100%**
9. Valor aportado por el asociado	$ 111.565.158	**111.565.158**	**100%**

							PRESUPUESTO		EJECUCIÓN	
COMPONENTE	**PRODUCTO**	**ACTIVIDAD**	**Descripción de cada actividad. Nombre de la actividad + fecha**	**Soporte Anexo/evidencias marcadas con fecha**	**CANTIDAD EJECUTADAS**	**VALOR**	**MUNICIPIO**	**ASOCIADO ESPECIE**	**MUNICIPIO**	**ASOCIADO ESPECIE**
EJE 1	Experiencias inmesivas	Jornadas formativas	Taller de customización de prendas: flow sostenible. 12 de octubre	VER SEGUNDO, TERCER y CUARTO INFORME. Experiencias Eje 1 /listados-fotografías- guías, relatorías, bitácoras y material de apoyo	16	2,450,000	39,200,000		39,200,000	

			Taller de diseño sostenible: manos al concreto 22 de octubre	**Todas las cifras de cantidades ejecutadas se entregan de manera acumulativa.**						
			Taller de proyectores análogos: imagen expandida 19 de noviembre							
			Laboratorio de experimentación con material de archivo: Toda la memoria del mundo. Con Alejandra Jaramillo 22 de noviembre							
	Experiencias de acceso libre a museos	Entradas a museos	Accesos libres personas estratos 1,2, 3. Corte: hasta el 24 de septiembre de 2022	VER SEGUNDO Y TERCER INFORME. Carpeta general: Experiencias Eje 1 /Acceso boletería entregada Todas las cifras de cantidades ejecutadas se entregan de manera acumulativa.	81.068 accesos totales, 100% en el logro de la meta. (Alcaldía) 9. 856 accesos (Museo) TOTAL: 90.924 Acesos	10,414	753,691,175	90,550,977	753,691,175	90,550,977
	Experiencias guidas	Experencias guidaas	Relación de todas en TERCER INFORME	VER TERCER INFORME. Carpeta general: Experiencias Eje 1 **Todas las cifras de cantidades ejecutadas se entregan de manera acumulativa.**	25	500,000	12,500,000		12,500,000	
	Experiencias Itinerantes	Experiencias Itinerantes	Cine en movimiento. Parque Biblioteca San Antonio de Prado. 12 de octubre	VER SEGUNDO, TERCER Y CUARTO INFORME. Experiencias Eje 1 /listados- fotografías- guías **Todas las cifras de cantidades ejecutadas se entregan de manera acumulativa.**	8	5,750,000	46,000,000		46,000,000	
			Cine en movimiento. Parque Biblioteca San Cristóbal. Comuna 60/ 21 de octubre							
			Cine en movimiento. SENA de Pedregal. 26 de octubre							
			Cine en movimiento. Centro de Desarrollo Cultural de Moravia. 10 de noviembre							
			Cine en movimiento. Museo Casa de la Memoria. 16 de noviembre							
EJE 2	Comunidad construida	Comunidad virtual y presencial	1) Manual de operación de la comunidad, 2) informe sobre comunidad consolidada, propuesta de formación y 3) las piezas derivadas del proceso de co-creación.	VER CUARTO INFORME Estrategias Eje 2 **Todas las cifras de cantidades ejecutadas se entregan de manera acumulativa.**	3	21,014,181		21,014,181		21,014,181
EJE 3	Campaña	Diseño y ejecución	Plan de la campaña de visibilización campaña	VER CUARTO INFORME. Estrategias Eje	9		15,000,000		15,000,000	

		de una campaña de mercadeo	dirigida a promover el acercamiento del público a la oferta cultural.	3						
			Definiciíon de indicadores	**Todas las cifras de cantidades ejecutadas se entregan de manera acumulativa.**			19,722,000		19,722,000	
	Experiencia Formativa	Experiencia formativa con fundamentos mercadeo cultural	Desarrollo de mesa técnica desarrollada el 27 de septiembre en el Jardín Botánico, para planeación de experiencia formátiva por módulos, con aliados.				5,000,000		5,000,000	
COBERTURA	Experiencias de cobertura expandida en corregimientos	Experiencias de creación en corregimientos	Se realizaron las acciones de cobertura en los corregimientos de: San Antonio de Prado, San Sebastián de Palmitas, Santa Elena y Altavista.	VER TERCER Y CUARTO INFORME Experiencias Eje 1 /listados-fotografías-guías, relatorías, bitácoras y material de apoyo.						
	Costos asociados al proyecto					11,550,373	11,550,373		11,550,373	
							902,663,548	**111,565,158**	**902,663,548**	**111,565,158**
							1,014,228,706		**1,014,228,706**	

Firma Representante Legal	**Firma del contador público o revisor fiscal de la entidad asociada (Art. 3° Decreto 1514/98)**
Nombre: MARIA MERCEDES GONZÁLEZ	**Nombre: SORANY MARTINEZ**
C.C. 37.545.915	**C.C. 8.406.012**
Correo Electrónico: mm.gonzalez@mammedellin.org	**Correo Electrónico: daf@dafasesorias.com**
Teléfono: 3157694354	**Teléfono: 3104364158**

- Relación de los informes de reintegros financieros. A la fecha del presente informe, el proceso de reintegros se encuentra en trámite. Se anexará toda la información y los soportes respectivos de su resultado en el acta de cierre.

7 INFORME JURÍDICO:

- A la fecha del presente informe parcial, el convenio no ha presentado procesos sancionatorios ni derecho de contradicción, ni reclamaciones o controversias.

- Para este informe no aplican relación de multas, sanciones, cláusula penal, declaración de la caducidad o incumplimiento.

- Estado de las garantías del convenio y sus respectivas ampliaciones: esta información relaciona la póliza del convenio. Ahora mismo no aplica ni adiciones, ni ampliaciones.

Nombre Aseguradora	N° Póliza	Tipo de Amparo	Cobertura de la Póliza		Fecha de Aprobación de la Garantía	Valor Amparado
			Desde	Hasta		
Suramericana	3342557-9	Cumplimiento	02/05/2022	30/06/2023	25/05/2022	101.422.871
		Pago de Salarios y Prestaciones Sociales, e indemnizaciones laborales.	02/05/2022	31/12/2025	25/05/2022	50.711.435
Nombre Aseguradora	**N° Póliza**	**Tipo de Amparo**	**Cobertura de la Póliza**		**Fecha de Aprobación de la Garantía**	**Valor Amparado**
			Desde	**Hasta**		
Suramericana	0836111-8	Responsabilidad extracontractual (expresada en SMMLV)	02/05/2022	31.12/2022	25/05/2022	2.028.457.412

- Una vez evidenciado el avance técnico, administrativo, financiero y jurídico señalado en el convenio, culminando con las respectivas experiencias de cada eje, el suscrito Supervisor autoriza el último desembolso del periodo reportado por valor de $180.532.710 Ciento ochenta millones quinientos treinta y dos mil setecientos diez pesos.

Atentamente,



LUISA FERNANDA AGUDELO COSSIO.
Supervisora

Revisó y aprobó	Revisó y aprobó
 **Nory Blandón.** Apoyo Administrativo, financiero y contable Secretaría Suministros y Servicios	Revisión Juridica Secretaría Suministros y Servicios