



ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI

ESTUDIO TÉCNICO

MODALIDAD DE CONTRATACIÓN:

Selección abreviada de menor cuantía

PROYECTO DE INVERSIÓN:

Desarrollar estrategias de promoción de la oferta artística de las salas de teatro,
BP 26002745, vigencia 2023

Realizar la promoción y difusión del programa Estímulos a artistas y/o gestores
culturales, BP 26002748, vigencia 2023

Socializar y difundir el proceso de creación artística y cultural, BP 26002854,
vigencia 2023

Realizar la promoción y divulgación de la programación en espacios públicos, BP
26002884, vigencia 2023

EQUIPO FORMULADOR DEL ESTUDIO TÉCNICO:

SEBASTIAN DAVID MIRANDA CASTRO

Unidad de Apoyo a la Gestión

Secretaría de Cultura del Distrito Especial de Santiago de Cali

Santiago de Cali Distrito Especial, Deportivo, Cultural, Turístico, Empresarial y de
Servicios

Febrero de 2023

1. TÍTULO DEL PROCESO CONTRACTUAL

PRESTAR LOS SERVICIOS DE PROMOCIÓN, DIFUSIÓN Y FORTALECIMIENTO A TRAVÉS DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE LOS PROGRAMAS Y PROYECTOS DE LA SECRETARÍA DE CULTURA ENMARCADOS EN LAS FICHAS BP 26002828, BP 26002744, BP 26002745, BP 26002748, BP 26002854, BP 26002884, vigencia 2023.

2. INTRODUCCIÓN

La Secretaria de Cultura como ente público, sigue las leyes y normas que le competen, en este caso, sigue el Artículo 2.2.1.1.6.1. del Decreto 1082 de 2015, que estipula: “La Entidad Estatal debe hacer, durante la etapa de planeación, el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del Proceso de Contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica, y de análisis de Riesgo. La Entidad Estatal debe dejar constancia de este análisis en los Documentos del Proceso.” Teniendo en cuenta lo anterior, el documento es constancia del cumplimiento a lo establecido en el mencionado artículo.

Por otro lado, la Secretaría de Cultura de la Alcaldía de Santiago de Cali requiere fortalecer la difusión, divulgación y producción de estrategias de comunicación dirigidas al posicionamiento de los diversos proyectos de inversión inscritos en esta dependencia para contribuir a la visibilización de las acciones y potencialidades de la ciudad desde la apropiación cultural e identitaria del arte y la creatividad, con el propósito de promover a Santiago de Cali como ciudad capital cultural y creativa a través de la promoción de los diferentes productos y servicios culturales ofertados e impulsados por la entidad que permita la promoción de los valores multiculturales y pluriétnicos de la llamada caleñidad.

Por su parte, el Decreto Extraordinario 411.0.20.0516 del 28 de septiembre de 2016 determinó la estructura de la Administración Central para el cumplimiento de

la misión y visión, con base a ello ubicó a la Secretaría de Cultura, en el sector administrativo Cultural, siendo su misión garantizar a los habitantes de Santiago de Cali el goce y disfrute de los derechos a la Cultura, así como fortalecer y fomentar las diferentes expresiones culturales de sus habitantes.

Por lo tanto, la Secretaría de Cultura en el artículo 172 tendrá el propósito de *“liderar la planeación y gestión de políticas y programas que fomenten la cultura y el ejercicio de los derechos culturales, promoviendo la vinculación del sector al desarrollo social y económico del Municipio de Santiago de Cali, con criterios de inclusión e innovación.”* Siendo algunas de sus funciones:

- *“Liderar la creación, producción, investigación, circulación y difusión de las manifestaciones culturales y expresiones artísticas.*
- *Coordinar el acceso y redistribución de los bienes y servicios culturales con oportunidades equitativas para los habitantes del Municipio de Santiago de Cali, promoviendo la vinculación del sector cultural al desarrollo social y económico.*
- *Diseñar e implementar estrategias y acciones orientadas al fortalecimiento y promoción de los artistas caleños, especialmente los que hacen parte de los procesos y programas continuos del organismo.”*

En aras de cumplir con eficacia en los procesos mencionados anteriormente, desde el organismo público se busca proporcionar evidencia de las especificaciones técnicas, y demás perspectivas de orden legal, comercial, financiero, entre otros, teniendo como principio la transparencia en los cuales se fundamentan los procesos de contratación pública.

3. NECESIDAD DE LA CONTRATACIÓN

En términos de necesidades, la Constitución Política de Colombia, establece que son fines esenciales del Estado, los siguientes:

*“Artículo 2: Las autoridades de la República están instituidas para proteger a todas las personas residentes en **Colombia**, en su vida, honra, bienes, creencias, y demás derechos y libertades, y para asegurar el cumplimiento de los deberes sociales del Estado y de los particulares.”*

“Artículo 20. Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones

de equidad. No habrá censura.”

(...)”. A su vez la política cultural de la ciudad de Santiago de Cali, establece el fortalecimiento de la cultura ciudadana y el tejido social, mediante el fomento a las expresiones artísticas y culturales en sus diversas manifestaciones, a partir de la creación y conservación de los espacios destinados al reconocimiento de nuestros valores, talentos y posibilidades, que contribuyan a la recuperación del sentido de pertenencia por lo nuestro, para alcanzar mayor cubrimiento y participación ciudadana, brindando especial atención a quienes crean y gestionan procesos culturales.

En cumplimiento de lo anterior, el Distrito Especial de Santiago de Cali está al servicio de los intereses generales de sus habitantes, y fundamenta sus acciones en los principios constitucionales y legales en especial, en los consagrados en el decreto extraordinario N° 411.0.20.0516 de 2016 relativos a la buena administración del Estado; el respeto por la juridicidad y el patrimonio público; responsabilidad en el ejercicio de la función pública; el restablecimiento, la materialización, la garantía y la protección de los derechos de las personas; la profesionalización del servicio público, la especialización sectorial y organizacional para la prestación de los servicios y el ejercicio de las competencias a cargo del Distrito y de las autoridades que integran el sector central de la administración Distrital, 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.

Siguiendo dichos principios y de acuerdo con el decreto Extraordinario N° 411.0.20.0516 de 2016, la Secretaría de Cultura busca adelantar proceso de contratación que le permita la selección de un proveedor cuyas actividades establezcan acciones para visibilizar y promover las dinámicas del sector cultural mediante los siguientes objetivos:

- Fortalecer las organizaciones culturales de Santiago de Cali
- Promover la circulación de creaciones artísticas y culturales a nivel internacional
- Fortalecer los procesos y procedimientos del Sistema de Gestión de Calidad de la Secretaría de Cultura
- Desarrollar espacios para la promoción de las ofertas culturales y artísticas dirigidas a población vulnerable.
- Apoyar el acceso de los artistas empíricos a la educación superior en artes, mediante programas académicos.
- Apoyo a las organizaciones juveniles artísticas y culturales de Santiago de Cali

- Fortalecer procesos de asistencia técnica en gestión cultural y procesos dancísticos para los actores de la salsa de la ciudad de Cali.
- Implementar un Sistema de información cultural en Santiago de Cali.
- Fomentar la producción artística en Santiago de Cali
- Fomentar la producción artística y cultural de los actores del sector cultural.
- Fomentar la oferta artística, cultural y de exhibición en los escenarios públicos de Santiago de Cali
- Fortalecer procesos para circulación y creación de obras artísticas y culturales en Santiago de Cali
- Promover la articulación de las expresiones tradicionales afro presentes en la ciudad

Paralelo a estas actividades, la Secretaría también debe desarrollar acciones que permitan generar confianza institucional y que construyan a través de la comunicación estratégica, un puente con la comunidad y la administración pública, lo cual es fundamental para interpretar y entender los procesos culturales del Distrito de Cali.

La planeación estratégica de la comunicación en entidades públicas debe estar orientada a la creación de procesos de construcción cultural y organizacional que derivan de la naturaleza misma del Estado, que es el fortalecimiento de lo público como vocación y razón de ser del estado social de derecho.

La necesidad de definir un propósito y una finalidad para el sentido de la práctica comunicativa en las entidades del Estado está orientada a la creación de conciencia de lo público.

La construcción de lo público pasa por la consolidación de una visión organizacional en las entidades que asumen que la función primordial del Estado es la búsqueda del bien común y que los bienes que administra y sus ingresos tienen como finalidad esencial aportar para el mejoramiento de las condiciones de vida de la población y a su desarrollo social, político, ambiental y económico.

Construir lo público en las entidades públicas significa, por consiguiente, orientar los esfuerzos, recursos y energía de la gestión hacia el mejoramiento de las condiciones de vida de los más desfavorecidos y para que toda la población tenga mejores condiciones de vida.

Para la Secretaría de Cultura es un propósito institucionalizar la comunicación como un eje estratégico y por consiguiente transversal a su estructura

organizacional y a la manera como le dan cumplimiento al principio constitucional de publicidad y a la figura de la Rendición de cuentas a la sociedad.

Por su misionalidad la Secretaría de Cultura aborda lo público como un capital simbólico para que se convierta en un imaginario generador de un deseo colectivo y de una expectativa razonable que se exprese como confianza en el Estado, en sus proyectos y en sus funcionarios.

El experto español Joan Costa (2002) afirma que la comunicación es más fuerte que la acción porque lo que las organizaciones deciden, planifican y realizan sólo adquiere sentido, significado y valores cuando lo comunican. La comunicación extiende el acto y lo propaga desde un punto emisor a muchos puntos de destino, tanto como interés a la organización. Este aspecto es fundamental ya que las decisiones, los planes, los proyectos, las misiones de una organización nunca se convertirán en hechos, si no son comunicados. Si no se comunican, los propósitos no existen ni en el ámbito interno ni en el sector externo.

De acuerdo con el Modelo De Comunicación Pública Organizacional e Informativa Para Entidades Del Estado (McpOI) desarrollado por el Programa USAID/CASALS “Fortalecimiento de la Transparencia y la Rendición de Cuentas en Colombia”, se enfoca la concepción de comunicación y cultura centrada en la interacción de los grupos sociales y sus culturas, desde allí el sentido sólo es posible según Jesús Martín Barnero desde la comunicación dialógica.

Si no hay interacción, no hay sentido, el sentido se construye en la relación. Algo puede tener sentido individual pero si cuando va a ser actuado no encuentra correspondencia por parte de otra u otras individualidades, no se realiza plenamente. De esta forma, cuando hablamos de comunicación nos referimos primero a la articulación de significado y luego a la construcción de sentido (No puede haber sentido compartido si no hay significado compartido) (Jaramillo, 2004)

El aporte fundamental del Modelo general de comunicación pública es su comprensión de la comunicación y la información como bienes colectivos que deben estar al alcance de todos los integrantes de una sociedad o de un grupo, para lo cual propone instrumentalizar la movilización social (Jaramillo, 2000).

En el cuadro siguiente se presentan de manera sintética y resumida las principales características del Modelo general de comunicación pública:

MODELO GENERAL DE COMUNICACIÓN PÚBLICA

La comunicación pública, se propone como :

Un modelo de comunicación para la vinculación de la sociedad y de las organizaciones a la movilización colectiva en torno a propósitos de acción mancomunada.
<p>Una metodología de fortalecimiento de la participación, la formación ciudadana y la acción política, en cuanto reconoce:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La intención democrática como principio de participación que parte de y regresa al interés común. • El empoderamiento como proceso de legitimación o validación de propuestas sometidas a la deliberación colectiva. • La construcción colectiva como una posibilidad de articulación comunicativa de procesos de concertación entre organizaciones o entre áreas de la misma organización sobre la base de objetivos programáticos concretos. • La decisión ilustrada como una opción de asumir la deliberación colectiva para documentar y enriquecer las decisiones sin caer en una participación sin consecuencia.
Un enfoque de planeación estratégica de la comunicación organizacional que parte de la voluntad política de la alta dirección.
<p>Una estrategia para movilizar en torno a un propósito, que se relaciona de diversas maneras con los diferentes sujetos sociales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Interpelación diferenciada” en cuanto reconoce a los sujetos, organizaciones e instituciones con sus estilos, enfoques y contextos específicos; sus competencias, saberes y liderazgos sociales. • “Interacción comunicativa” con cada mediador en forma autónoma, particular y en función de sus propios intereses y los de su audiencia.
Una red de acción comunicativa.

Fuente: JARAMILLO, Juan Camilo, RINCÓN, Omar y LONDOÑO, Adriana. “La comunicación pública”

Por lo anteriormente expuesto, la necesidad de la creación de una estrategia de comunicación que posibilite el fortalecimiento, desarrollo, la difusión, fomento y divulgación de la oferta cultural de la Secretaría de Cultura y los eventos de talla internacional, programas, proyectos, actividades culturales que lidera. Al igual que el fortalecimiento de las organizaciones artísticas que contribuyen a la diversidad, formación cultural, y artística de los procesos creativos en Santiago de Cali, para así cumplir con el propósito de desarrollar y expandir el alcance de dichas actividades a plataformas estratégicas que permitan impulsar la producción e intervención social cultural.

El conocimiento de la oferta cultural, espacios con contenidos culturales, los programas y proyectos, permiten la vinculación de la sociedad y de las organizaciones artísticas y culturales, redundan en la construcción colectiva y la generación de confianza, en el acceso democrático de todos los caleños a la programación organizada y desarrollada desde la Secretaría de cultura, a los bienes y servicios culturales, a la oferta, la agenda cultural, convocatorias y estímulos, tendientes a ampliar el derecho de los ciudadanos de participar en la vida cultural, de manera democrática y participativa.

Como lo establece la Unesco: El acceso a la cultura consiste en cuatro elementos clave: la no discriminación, la accesibilidad física, la accesibilidad económica y la accesibilidad de la información. Los entes estatales deben asegurar que todas las personas tengan oportunidades concretas, eficaces y asequibles para disfrutar de la cultura sin discriminación.

Por lo anterior, la Secretaría de Cultura distrital, en cumplimiento de su misión institucional, busca con el presente proyecto, apoyar el fortalecimiento, la difusión, desarrollo y fomento de los servicios culturales y difundir estratégicamente las expresiones y procesos culturales, los cuales están articulados al desarrollo y fomento de la identidad, unidad, respeto, aportando transversalmente a la convivencia ciudadana, promoción y preservación del patrimonio cultural y el acceso a la cultura.

Para ello, ha determinado como factor fundamental el diseño, creación e implementación de una estrategia de comunicación para la promoción institucional de los programas y proyectos que se gestan desde la Secretaría de Cultura de forma local, regional y nacional, por lo tanto, nace la necesidad de asociarse con una entidad jurídica.

Desde el proceso contractual, la Secretaría de Cultura requiere que la entidad cuente con la capacidad de crear, diseñar y desarrollar de manera creativa una estrategia de comunicación integral cuyo elemento principal sea el logro del desarrollo de la Cultura en articulación con las herramientas que brindan los diferentes campos de la comunicación, que más allá de generar piezas meramente informativas, estas cumplan el propósito de fortalecimiento, promoción, difusión e impulso de los procesos de oferta cultural de talla internacional, de la gestión, oferta, programas proyectos, actividades culturales, pero también, el fortalecimiento de las organizaciones artísticas que contribuyen a la diversidad, a la formación cultural y artística de los procesos creativos en Santiago de Cali.

El aliado deberá tener experticia en el ejercicio comunicacional con organismos del sector público, que articule de manera eficaz, efectiva y eficiente herramientas de comunicación, nuevas tecnologías y el lenguaje de la administración pública, para el cumplimiento de los indicadores contemplados en el Plan de Desarrollo Distrital.

Lo anterior deberá estar también articulado con el concepto general de la estrategia, el cual deberá contener dentro de sus elementos principales la recuperación de confianza ciudadana por lo institucional, la promoción de la cultura ciudadana, el respeto por la vida y el otro, la diversidad y deberá hacer un llamado a la unidad y la reconciliación social.

El Asociado deberá posibilitar que a través de la implementación de este plan integral de acción que empleará las comunicaciones como un elemento transversal para su desarrollo, se fomente y fortalezca significativamente el sector y la promoción del consumo cultural, dos elementos que se prevén impactar con la ejecución del presente proyecto.

4. IMPACTO Y PERTINENCIA

Los procesos comunicacionales relacionados con el desarrollo de los proyectos de la administración pública son esenciales en la construcción de la relación ciudadano – Estado. Visibilizar la gestión pública, al contar e informar lo que se está haciendo, no solamente se hace por mostrar los resultados de la gestión, sino que se demuestra que los proyectos no se la han estructurado en su beneficio particular, sino de la población. Cuando se es visible se genera confianza y se construye por consiguiente la idea de lo público, de que la entidad es de la comunidad.

La Secretaría de Cultura cumple con su responsabilidad de hacer visible la gestión en la medida que asumen que la información es un bien público y colectivo y que su obligación es garantizar la circulación de ésta, en consecuencia, son responsables de implementar los mecanismos adecuados para sistematizar la gestión, porque éste es el instrumento que les permite cumplir técnicamente y a cabalidad con el mandato constitucional de la publicidad y conseguir el reconocimiento que le garantice a la entidad ocupar la posición que le corresponde en la sociedad.

Cuando se propone que la entidad sea visible lo que se busca es que construyan su relato y cuenten de manera constante, tanto interna como externamente, cómo están actuando y cuáles han sido los resultados de su gestión. A eso hay que darle publicidad.

La visibilidad no debe entenderse como un atributo que pueda ejercerse o no a voluntad sino como una condición de la administración pública: en tanto no se sea visible no se está cumpliendo con el ejercicio de la función pública.

La cultura y las manifestaciones artísticas son, en su naturaleza, fuentes y herramientas comunicativas que narran territorios y recrean situaciones reales o imaginadas. Esta forma de interrelación permite además consolidar un discurso común donde los individuos se reconocen entre sí y reconocen sus diferencias. Es en este lugar en el que es posible reafirmar rasgos de pertenencia, identidad y apropiación de un espacio, lugar o territorio.

Santiago de Cali se ha considerado cuna de grandes artistas, quienes desde sus quehaceres culturales y artísticos han creado un imaginario de caleñidad que permite reconocer a la ciudad desde la diversidad del baile, el cine, la música, el teatro, las artes plásticas, la literatura y la conexión con las expresiones tradicionales de la Cultura del Pacífico colombiano. Así mismo ha consolidado una serie de festivales de talla internacional que se han posicionado como plataformas de intercambio y visibilidad de Cali como una ciudad creativa, cultural y que se conecta con el mundo desde su oferta cultural, que fortalece la cadena de valor de las artes y la creatividad y que invita al turismo cultural y a la apropiación de sus habitantes desde los valores que trae la caleñidad.

La UNESCO (2015) señaló que la cultura es el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones. En ese orden de ideas el COMPES 3659 de 2010 estipula los lineamientos para proteger y fortalecer al sector de las industrias culturales y creativas y el Gobierno Nacional aprueba la Ley 1834 de 2017 denominada Ley de Economía Creativa – Naranja, desde donde se reconoce el valor económico social y de bienestar que las industrias culturales aportan a sus territorios.

Teniendo en cuenta lo anterior el Plan de Desarrollo Cali, Unida por la Vida, instala diferentes líneas estratégicas las cuales evidencian un interés por consolidar y propiciar dinámicas de competitividad y promoción de la cultura, entendiéndose como eje transversal para la cohesión social, la proyección de la ciudad al mundo y el reconocimiento del sector como un sector productivo que genera riquezas y aporta al bienestar social de los ciudadanos. De igual manera en 2019 en referencia a la vocación cultural de Cali como Distrito Especial, es reconocida por UNESCO (2019) como Ciudad Creativa de las Medias Arts y abre la oportunidad de conectar con el mundo desde la innovación social y creativa asociada a las manifestaciones artísticas y la identidad.

Por su parte frente a la promoción de la cultura la Doctora Yamile Deriche Redondo respalda que: La Promoción Cultural, en tanto disciplina existente para y desde la acción, no se nos podrá revelar, sino como actividad, si asumimos, que la lógica y razón de su existencia están asignadas por el cambio, por el movimiento,

entonces podremos compartir que debemos entenderla como un proceso, siempre inacabado, en el que el diálogo entre el pasado y el presente, entre lo propio y lo ajeno, entre el ser y el deber ser, estará orientado hacia la modelación y construcción de un futuro que ya vive entre nosotros.

De esta manera podemos observar que la promoción cultural va más allá de la difusión o la divulgación de contenidos, se transforma a partir del contexto y las nuevas formas de comunicar y comunicarse, las cuales deben partir de la construcción de narrativas literarias, gráficas, visuales y de experiencias que logren conectar con la esencia del producto o servicio cultural a ofertar y que al tiempo generen identidad y valor no solo al sector cultural sino a la ciudad.

La Alcaldía de Santiago de Cali cuenta con la Dependencia Secretaría de Cultura que como lo menciona el Decreto Extraordinario 411.0.20.0516 del 28 de septiembre de 2016 establece como misión de garantizar a los habitantes de Santiago de Cali el goce y disfrute de los derechos a la cultura, así como fortalecer y fomentar las diferentes expresiones culturales de sus habitantes. Teniendo como elemento fundamental el diseñar e implementar estrategias y acciones orientadas al fortalecimiento y promoción de los artistas caleños, especialmente los que hacen parte de los procesos y programas continuos del organismo. Lo cual refuerza la necesidad de dicha Secretaría para consolidar las acciones y estrategias que propendan por dicho fortalecimiento más allá de los canales comunicativos y de difusión ya instalados haciendo uso de herramientas de innovación y alta tecnología que permitan el impacto esperado y la consolidación de la promoción cultural como un eje fundamental en la implementación de las políticas públicas de la cultura en Cali.

CORRESPONDENCIA CON EL PLAN DE DESARROLLO “CALI, UNIDA POR LA VIDA”.

5. JUSTIFICACIÓN

La Secretaría de Cultura, en cumplimiento de sus funciones determinadas en el Decreto Extraordinario N° 411.0.20.0516 de 2016, ha venido liderando la planeación y gestión de políticas y programas que fomenten la cultura y el ejercicio de los derechos culturales, promoviendo la vinculación del sector al desarrollo social y económico del Municipio de Santiago de Cali, con criterios de inclusión e innovación.”, a través de planes estratégicos de comunicación, teniendo en cuenta algunas funciones contenidas en el artículo 172 del mencionado decreto, tales como:

- *“Liderar la creación, producción, investigación, circulación y difusión de las manifestaciones culturales y expresiones artísticas.*
- *Coordinar el acceso y redistribución de los bienes y servicios culturales con oportunidades equitativas para los habitantes del Municipio de Santiago de Cali, promoviendo la vinculación del sector cultural al desarrollo social y económico.*

- *Diseñar e implementar estrategias y acciones orientadas al fortalecimiento y promoción de los artistas caleños, especialmente los que hacen parte de los procesos y programas continuos del organismo.”*

6. ANTECEDENTES DE LA CONTRATACIÓN

La contratación similar en vigencias anteriores se detalla a continuación:

NÚMERO DE CONTRATO/ CONVENIO	OBJETO	MODALIDAD DE CONTRATACIÓN	VALOR	PLAZO DE EJECUCIÓN	PROVEEDOR
4148.010.26.1.85 7-2022	La Secretaría de Cultura de Santiago de Cali requiere contratar los servicios para adelantar acciones estratégicas de comunicación que apoyen el fortalecimiento, la difusión, desarrollo y fomento de los procesos y servicios culturales en correspondencia con lo previsto en las fichas de inversión BP26002744, BP26002746, BP26002748, BP26002749, BP26002818, BP26002854, BP26002858, BP26002879, BP26002881, BP26002882, BP26002894, BP26003395, BP26002828 BP26002891, BP26002887 Y BP26004281	Contratación directa	\$1.102.676.677	quince (15) de diciembre del dos mil veintidós (2022), término contado a partir del inicio de ejecución a través del Sistema Electrónico de Contratación Pública (SECOP II), y el cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento , conforme al artículo 41 de la ley 80 de 1993 y el artículo 23 de la ley 1150 de 2007	SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA

NÚMERO DE CONTRATO/ CONVENIO	OBJETO	MODALIDAD DE CONTRATACIÓN	VALOR	PLAZO DE EJECUCIÓN	PROVEEDOR
------------------------------	--------	---------------------------	-------	--------------------	-----------

4148.010.27.1.96 7-2021	La Secretaría de Cultura de Santiago de Cali requiere aunar esfuerzos técnicos, administrativos, humanos y financieros para adelantar acciones estratégicas que apoyen el fortalecimiento, la difusión, desarrollo y fomento de los procesos y servicios culturales en correspondencia con lo previsto en las fichas de inversión, BP-26002891, BP-26002746, BP-26002818, BP-26002850, BP-26002854, BP-26002828, vigencia 2021.	Convenio interadministrativo	\$721.233.106	El plazo de convenio se establece para la entrega de los accesos a la plataforma, el cual se estima hasta el quince (15) de diciembre del dos mil veintiuno (2021), término contado a partir del inicio de ejecución a través del Sistema Electrónico de Contratación Pública (SECOP II), y el cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento, conforme al artículo 41 de la ley 80 de 1993 y el artículo 23 de la ley 1150 de 2007	Fondo Mixto
----------------------------	---	------------------------------	---------------	--	-------------

7. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

La Secretaría de Cultura de Santiago de Cali requiere contratar los servicios para adelantar acciones estratégicas de comunicación que apoyen el fortalecimiento, la difusión, desarrollo y fomento de los procesos y servicios culturales en correspondencia con lo previsto en las siguientes fichas de inversión, que se consolidan en el siguiente objeto contractual:

“PRESTAR LOS SERVICIOS DE PROMOCIÓN, DIFUSIÓN Y FORTALECIMIENTO A TRAVÉS DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE LOS PROGRAMAS Y PROYECTOS DE LA SECRETARÍA DE CULTURA” ENMARCADOS EN LAS FICHAS BP 26002828, BP 26002744, BP 26002745, BP 26002748, BP 26002854, BP 26002884, vigencia 2023.

8. ALCANCE DEL OBJETO

Mediante este proceso se generan acciones afirmativas para difundir, visibilizar y transmitir por medio de una estrategia de comunicación integral los proyectos, planes y programas de la Secretaría de Cultura a la población en general a través de los mecanismos establecidos que permitan dar amplio alcance a la ciudadanía y fomentar su participación efectiva, pertinente y oportuna.

Que los planes y programas a socializar, difundir, viabilizar, transmitir y fortalecer, se enmarcan en las siguientes fichas de inversión:

Fortalecimiento de la Implementación del Sistema de Gestión de Calidad en la Secretaría de Cultura de la Alcaldía de Santiago de Cali, BP-26002828, vigencia 2023

Difusión de Expresiones Tradicionales Afro para Santiago de Cali, BP-26002744, vigencia 2023

Desarrollar estrategias de promoción de la oferta artística de las salas de teatro, BP 26002745, vigencia 2023

Realizar la promoción y difusión del programa Estímulos a artistas y/o gestores culturales, BP 26002748, vigencia 2023

Socializar y difundir el proceso de creación artística y cultural, BP 26002854, vigencia 2023

Realizar la promoción y divulgación de la programación en espacios públicos, BP 26002884, vigencia 2023

Que a su vez contempla el desarrollo de las siguientes acciones:

“Suscripción servicios de control de transmisión en vivo (live streaming)” BP – 26002828.;

“Servicios de streamming 2 cámaras + 4 micrófonos + 1 micrófono inalámbrico +internet inalámbrico + switcher video + 3 luces + TV 32" BP – 26002828.;

“Promoción y socialización en redes sociales” BP – 26002828.;

“Promoción para las transmisiones en vivo para redes sociales” BP – 26002828.;

“Promoción y Difusión Medio de Comunicación Portales Web de los servicios y procesos culturales” BP – 26002828.;

“Promoción medios de Comunicación (TV) de los servicios y procesos Culturales” BP – 26002828.;

“Promoción medios de Comunicación (Revista) de los servicios y procesos culturales” BP – 26002828.;

“Impresión roll up tamaño 1 m X 2 m full color” BP – 26002828.;

“Impresión de volantes tamaño media carta 13.97 cm x 21.59 cm full color”BP – 26002828.;

“Adquisición de Camisetas Tipo Polo Diversas Tallas (Colores Blancas y Negras)” BP – 26002828.;

“Adquisición e impresión de vasos en Ceramica 11Oz, Color Blanco, Sublimado” BP – 26002828.;

“Adquisición e impresión de Agenda Pastdura + Internas Blanco y negro anillado tamaño 22X14 cm para la promoción de los servicios y proceso culturales.”BP – 26002828.;

“Cápsulas de video para la promoción de las expresiones” BP – 26002744;

“Diseño, promoción y difusión de la programación artística de las salas de teatro (redes sociales – email marketing – piezas publicitarias) BP – 26002745;

“Diseño e impresión de piezas publicitarias” BP – 26002748;

“Difusión del Programa Estímulos en diferentes medios de comunicación” BP – 26002748;

“Registro audiovisual del proceso de creación” BP – 26002854;

“Diseño e implementación de estrategias de comunicación que contemple plan de acción por medio de acciones BTL a través de actividades físicas y estrategias digitales para visibilizar los procesos artísticos y culturales llevados a cabo en espacios públicos de Santiago de Cali” BP – 26002884;

“Impresión material de difusión para el desarrollo de las actividades” BP – 26002884;

“Estrategia de pauta comercial en plataformas digitales” BP – 26002884;

“Registro fotográfico y de video” BP – 26002884.

Las mismas que serán detalladas en la relación del presupuesto del proyecto.

9. POBLACIÓN A BENEFICIAR

El índice de población beneficiaria se establece en razón de la cantidad de personas que se buscan impactar en razón de la puesta en marcha de las diferentes estrategias de comunicación que integran el proyecto; así las cosas, teniendo en cuenta la naturaleza transversal del mismo, la población a impactar para la vigencia 2023 es la sumatoria de las estimaciones de los proyectos de inversión vinculados, es decir, trescientas cincuenta y un mil trescientas setenta y tres personas (351.373), que se detalla de la siguiente manera:

BP	Localización específica	Detalle de la Población	Cantidad
26002828	Santiago de Cali	0 a 14 años	76.524
		15 a 19 años	27.777
		20 a 59 años	197.169
		60 años en adelante	47.685
	TOTAL		349.155

BP	Localización específica	Detalle de la Población	Cantidad
26002744	Comunas y corregimientos de Santiago de Cal	20 a 59 años	124

		Mayor de 60 años	44
	TOTAL		168

BP	Localización específica	Detalle de la Población	Cantidad
26002748	Comunas y corregimientos de Santiago de Cal	20 a 59 años	560
		Mayor de 60 años	50
	TOTAL		610

BP	Localización específica	Detalle de la Población	Cantidad
26002854	Comunas y corregimientos de Santiago de Cal	15-19 años	100
		20-59 años	250
		Mayores de 60 años	150
	TOTAL		500

BP	Localización específica	Detalle de la Población	Cantidad
----	-------------------------	-------------------------	----------

26002884	Corregimientos y Comunas 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21 y 22	15-19 años	80
		20-59 años	400
		Mayores de 60 años	20
	TOTAL		500

BP	Localización específica	Detalle de la Población	Cantidad
26002745	Corregimientos y Comunas 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21 y 22	15 A 19 AÑOS	100
		20 A 59 AÑOS	300
		MAYOR DE 60 AÑOS	40
	TOTAL		440

TOTAL DE POBLACIÓN A BENEFICIAR: 351.373

10. PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución del contrato es hasta el día treinta (30) de octubre del año dos mil veintitrés (2023), término contado a partir del inicio de ejecución a través del Sistema Electrónico de Contratación Pública (SECOP II), y el cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento, conforme al artículo 41 de la ley 80 de 1993 y el artículo 23 de la ley 1150 de 2007.

11. VALOR Y FORMA DE PAGO

El Distrito de Santiago de Cali - Secretaría de Cultura tiene como presupuesto para la ejecución del CONTRATO la suma de TRESCIENTOS VEINTIDÓS MILLONES DOSCIENTOS OCHENTA Y SIETE MIL SETENTA Y OCHO (\$322.287.078) el cual se pagará mediante la presentación de actas parciales conforme al porcentaje de ejecución el cual no podrá ser menor al 10% en cada una de las entregas, previo cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución, así como la presentación de informe de gestión técnico, contable y financiero, cronograma de ejecución, plan de trabajo, factura e informe de actividades, con certificación de cumplimiento expedida por el interventor(a) o supervisor(a) del contrato. En todo caso, los pagos se harán de acuerdo con la disposición de giros del Programa Anual Mensualizado de Caja (en adelante P.A.C) por parte de la entidad. Todos los informes deben presentarse por escrito con sus respectivos soportes legales y financieros y en medio magnéticos. El Distrito de Santiago de Cali, realiza los descuentos por concepto de impuestos y contribuciones conforme al año en vigencia, los cuales deben ser tenidos en cuenta por el proponente para la preparación de su propuesta.

En todo caso, los pagos estarán sujetos a la disponibilidad de apropiaciones presupuestales del Distrito de Santiago de Cali - Secretaria de Cultura según el P.A.C. Todos los informes deben presentarse por escrito con sus respectivos soportes legales y financieros, y en medio magnético.

13. LUGAR DE EJECUCIÓN

La ejecución del presente proceso de contratación se llevará a cabo en el Distrito de Santiago de Cali.

13.1 ACTIVIDADES GENERALES DEL CONTRATISTA

1. Cumplir a cabalidad con el objeto del contrato en la forma y tiempo pactados, exigiendo el cumplimiento de condiciones técnicas, jurídicas, económicas y administrativas exigidas en el convenio, teniendo en cuenta el contenido de las fichas BP – 26002828, BP – 26002744, BP – 26002745, BP – 26002748, BP – 26002748, BP – 26002854, BP – 26002884, BP – 26002884, BP – 26002884, BP – 26002884 vigencia 2023.
2. Otorgar a la Alcaldía de Santiago de Cali – Secretaría de Cultura reconocimiento durante la ejecución del proyecto, a través de los medios (virtuales y/o presenciales) utilizados para la promoción de este.
3. Entregar al supervisor(a) del contrato la información relativa de los subcontratos que suscriba para el desarrollo del proyecto, incluyendo los datos referentes a la existencia y representación legal de las entidades con quienes contrate, y la información referente a los pagos que realice con los recursos entregados. Para realizar dicha subcontratación debe contar con la

aprobación del comité técnico operativo designado por la Secretaría de Cultura.

4. Desarrollar a plenitud el objeto del contrato, dentro de los términos y condiciones establecidos en este documento, la propuesta y el proyecto de la Secretaría de Cultura.
5. Utilizar todos sus conocimientos e idoneidad en la debida asistencia y apoyo al área supervisora.
6. Guardar la debida confidencialidad y reserva sobre la información y documentos que por razón del contrato llegue a conocer, la obligación deberá ser cumplida por el (la) proveedor aún después de terminado el proyecto.
7. Mantener al día el pago correspondiente a los sistemas de seguridad social en salud, pensiones, ARL y aportes parafiscales y garantizar que todo el personal subcontratado cuente con seguridad social integral.
8. Las obligaciones que se deriven del presente contrato deberán prestarse en la oportunidad requerida por la entidad, de tal manera que se garantice el cumplimiento de los objetivos específicos y generales del proyecto.
9. Todo lo concerniente a publicidad, debe ser concertado con la oficina de comunicaciones de la Alcaldía, enviando copia de los diseños que vayan a ser impresos y teniendo en cuenta lo establecido en el Decreto No.0182 de 2013 por medio del cual se actualiza el Manual de Identidad Visual Corporativa del Distrito de Santiago de Cali. Asimismo, se deberá concertar los lugares de distribución del material, siempre respetando las normativas sobre espacios públicos y privados relativas al material publicitario y promocional (si hay lugar).
10. Destinar los recursos para el cumplimiento del objeto del contrato y bajo ninguna circunstancia utilizarlo para el pago de otro tipo de obligaciones, cualquiera que fuere su cuantía.
11. Adelantar y llevar a cabo los procesos de contratación de servicios conexos requeridos para el desarrollo del contrato suscrito entre las partes cuando a ello haya lugar.
12. Adelantar y llevar a cabo los procesos de contratación de bienes y servicios necesarios para el desarrollo del contrato con cargo a los recursos aportados por la Secretaría de cultura de Santiago de Cali; sin embargo, toda la contratación que realice el proveedor, en el marco del contrato, debe realizarse de conformidad con la normatividad vigente sobre la materia, teniendo en cuenta los principios de publicidad, economía y transparencia, y observar los precios del mercado, evitando con esto sobre costos en la ejecución.
13. Efectuar oportunamente los pagos que sean requeridos, según los compromisos adquiridos con cargo a los recursos del contrato.
14. Llevar una cuenta contable independiente para la ejecución del contrato.
15. Presentar los informes parciales y un informe final de la ejecución total del contrato, con el respectivo balance. El proveedor deberá tener en cuenta al momento de presentar los informes, que estos deberán estar acordes con el cronograma y actividades previstas para cada actividad, en armonía con la ejecución del contrato, previos a la solicitud de pago de los valores establecidos en la minuta del contrato. Asimismo, el proveedor deberá anexar

documentos soporte (registros fotográficos, listados de asistencia, medios magnéticos, etc.) con su respectiva fecha, donde se evidencie el desarrollo de las actividades ejecutadas, a fin de dar respuesta ante una posible veeduría ciudadana y/o auditoría por parte de los entes de control.

16. Presentar un (1) informe de ejecución contable y financiero al finalizar la gestión, auditado de conformidad con los reglamentos del proveedor para aprobación del supervisor (a) del contrato. El proveedor se compromete a cumplir con lo dispuesto en la Ley 190 de 1995, artículo 45 y siguientes en cuanto a llevar la contabilidad de acuerdo a los principios generalmente aceptados, a consolidar los estados financieros y ser sometidos a una auditoría financiera.
17. Reportar a LA SECRETARÍA DE CULTURA el número de cuenta bancaria de ahorro o corriente, donde se le ha de desembolsar el valor derivado de la ejecución del presente contrato.
18. El proveedor deberá garantizar que, en caso de requerirse transporte, éste debe cumplir con todos los requisitos y permisos legales expedidos por la autoridad competente.
19. Implementar en la ejecución del contrato todas las medidas de bioseguridad con el fin de evitar el contagio y la propagación del virus COVID 19, de conformidad con la normativa nacional, departamental y distrital existente.
20. Presentar a la Secretaría de Cultura, el Cronograma de actividades ajustadas a la fecha de inicio, el cual debe contener las actividades a desarrollar para la obtención de cada actividad exigida en el contrato.
21. Las demás que se requieran de acuerdo con la naturaleza del convenio o contrato.

13.2. ACTIVIDADES ESPECÍFICAS DEL CONTRATISTA

Para el cumplimiento del objeto, se deberá realizar las siguientes actividades específicas teniendo en cuenta el contenido de las fichas EBI y el presupuesto contemplado para el desarrollo de este contrato.

1. Suscripción servicios de control de transmisión en vivo (live streaming).
2. Servicios de streaming 2 cámaras + 4 micrófonos + 1 micrófono inalámbrico + internet inalámbrico + switcheo video + 3 luces + TV 32.
3. Promoción y socialización en redes sociales.
4. Promoción para las transmisiones en vivo para redes sociales.
5. Promoción y Difusión Medio de Comunicación Portales Web de los servicios y procesos culturales.
6. Promoción medios de Comunicación (TV) de los servicios y procesos culturales.
7. Promoción medios de Comunicación (Revista) de los servicios y procesos culturales.
8. Impresión roll up tamaño 1 m X 2 m full color.
9. Impresión de volantes tamaño media carta 13.97 cm x 21.59 cm full color.
10. Adquisición de Camisetas Tipo Polo Diversas Tallas (Colores Blancas y Negras)

11. Adquisición e impresión de vasos en Ceramica 11Oz, Color Blanco, Sublimado.
12. Adquisición e impresión de Agenda Pastdura + Internas Blanco y negro anillado tamaño 22X14 cm para la promoción de los servicios y proceso culturales.
13. Cápsulas de video para la promoción de las expresiones.
14. Diseño, promoción y difusión de la programación artística de las salas de teatro (redes sociales – email marketing – piezas publicitarias).
15. Diseño e impresión de piezas publicitarias.
16. Difusión del Programa Estímulos en diferentes medios de comunicación.
17. Registro audiovisual del proceso de creación.
18. Diseño e implementación de estrategias de comunicación que contemple plan de acción por medio de acciones BTL a través de actividades físicas y estrategias digitales para visibilizar los procesos artísticos y culturales llevados a cabo en espacios públicos de Santiago de Cali.
19. Impresión material de difusión para el desarrollo de las actividades.
20. Estrategia de pauta comercial en plataformas digitales.
21. Registro fotográfico y de video.

14. PRESUPUESTO DETALLADO

El presupuesto está conforme a las actividades detalladas en los proyectos de inversión de la siguiente forma:

BP	ELEMENTO PEP	ACTIVIDADES DETALLADAS DEL PROYECTO	CANTIDA D	VR. UNITARIO	VR TOTAL
BP - 26002828	BP 26002828/1/02//01/34	Suscripción servicios de control de transmisión en vivo (live streaming)	1	\$ 2.504.391	\$2.504.391
		Servicios de streamming 2 cámaras + 4 micrófonos + 1 micrófono inalámbrico +internet inalámbrico + swuitcher video + 3 luces + TV 32"	11	\$1.175.121	\$12.926.331
		Promoción y socialización en redes sociales	20	\$1.145.741	\$22.914.820
		Promoción para las transmisiones en vivo para redes sociales	20	\$1.145.741	\$22.914.820
		Promoción y Difusión Medio de Comunicación Portales Web de los servicios y procesos culturales	8	\$1.145.741	\$9.165.928
		Promoción medios de Comunicación (TV) de los servicios y procesos Culturales	26	\$4.062.910	\$105.635.660
		Promoción medios de Comunicación (Revista) de los servicios y procesos culturales	12	\$5.875.580	\$70.506.960
TOTAL:					\$246.568.910

BP	ELEMENTO PEP	ACTIVIDADES DETALLADAS DEL PROYECTO	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR TOTAL
BP - 26002828	BP 26002828/1/02/01/35	Impresión roll up tamaño 1 m X 2 m full color	16	\$165.660	\$2.650.560
		Impresión de volantes tamaño media carta 13.97 cm x 21.59 cm full color	70	\$380	\$26.600
		Adquisición de Camisetas Tipo Polo Diversas Tallas (Colores Blancas y Negras)	100	\$33.140	\$3.314.000
		Adquisición e impresión de vasos en Ceramica 11Oz, Color Blanco, Sublimado	100	\$11.050	\$1.105.000
		Adquisición e impresión de Agenda Pastdura + Internas Blanco y negro anillado tamaño 22X14 cm para la promoción de los servicios y proceso culturales.	80	\$19.880	\$1.590.400
TOTAL:					\$8.686.560

BP	ELEMENTO PEP	ACTIVIDADES DETALLADAS DEL PROYECTO	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL
BP-26002744	BP-26002744/1/01/01/10	Cápsulas de video para la promoción de las expresiones	2	\$5.390.000	\$10.780.000
BP-26002745	BP-26002745/1/01/01/02	Diseño, promoción y difusión de la programación artística de las salas de teatro (Redes sociales - mail marketing - piezas publicitarias)	1	\$10.000.000	\$10.000.000
BP-26002748	BP-26002748/1/01/01/08	Diseño e impresión de piezas publicitarias	1	\$8.000.000	\$8.000.000
BP-26002748	BP-26002748/1/01/01/08	Difusión del Programa Estímulos en diferentes medios de comunicación	1	\$8.000.000	\$8.000.000
BP-26002854	BP-26002854/1/02/01/06	Registro audiovisual del proceso de creación	1	\$2.200.000	\$2.200.000
BP-26002884	BP-26002884/1/02/01/07	Diseño e implementación de estrategia de comunicación que contemple plan de acción por medio de acciones BTL a través de activaciones físicas y estrategias digitales para visibilizar los procesos artísticos y culturales llevados a cabo en espacios públicos de Santiago de Cali	1	\$14.651.608	\$14.651.608
BP-26002884	BP-26002884/1/02/01/07	Impresión material de difusión para el desarrollo de las actividades	3	\$1.200.000	\$3.600.000
BP-26002884	BP-26002884/1/02/01/07	Estrategia de pauta comercial en plataformas digitales	1	\$5.000.000	\$5.000.000
BP-26002884	BP-26002884/1/02/01/07	Registro fotográfico y de video	1	\$4.800.000	\$4.800.000
TOTAL					\$67.031.608

VALOR TOTAL: \$322.287.078

17. REQUISITOS HABILITANTES DEL PROPONENTE

Este paso consiste en la verificación por parte de la Secretaría de Cultura de los requisitos técnicos de las entidades interesadas, las cuales deberán ajustarse a todas las exigencias y requerimientos establecidos en la convocatoria.

La Entidad que se postule a la presente oferta, deberá cumplir con los siguientes requisitos técnicos habilitantes:

17.1. PERFIL

Para satisfacer la necesidad objeto del contrato se requiere contar con los servicios de una persona jurídica con idoneidad y experiencia directamente relacionada con el objeto del presente proceso, la cual deberá contar como mínimo con siete (07) años de inscrita en Cámara de Comercio y con una actividad u objeto social que le permita cumplir con el objeto contractual y con las actividades que de él se desprendan.

Para validar el perfil del proponente se verificará el Certificado de Existencia y Representación Legal expedido por la Cámara de Comercio no mayor a treinta (30) días, donde se debe evidenciar que:

- El proponente deberá tener como mínimo siete (07) años de existencia conforme al certificado relacionado.
- La persona jurídica deberá contar con un objeto social que tenga relación con las actividades del proyecto o afines al alcance del mismo.
- Cuenten con la idoneidad para desarrollar planes de comunicación, conceptos creativos, mercadeo, publicidad, diseño contenidos audiovisuales, campañas publicitarias de índole comercial, privado y/o público y general acciones de comunicación para la difusión y fortalecimiento de los programas y proyectos encomendados.

- Que cuente con solidez en la base financiera y eficiencia operativa para dar respuesta oportuna a las necesidades del proyecto.
- Si la entidad no dispone de sede principal en la ciudad de Santiago de Cali, deberá demostrar que cuenta con presencia y operación en la ciudad.

17.2 EXPERIENCIA GENERAL

La entidad verificará que el proponente cuente con la experiencia relacionada con el objeto del presente proceso, por tal motivo, el proponente deberá acreditar la misma a través del certificado de experiencia y representación legal la creación de la entidad con un tiempo mínimo de siete (7) años.

17.3 EXPERIENCIA ESPECÍFICA

La entidad requiere además verificar la experiencia específica del proponente en la especialidad del objeto del presente proceso, por lo tanto, el Proponente deberá acreditar haber ejecutado como máximo dos (2) contratos o convenios con entidades públicas o privadas, cuya sumatoria de la cuantía sea igual o superior al 100% del presupuesto oficial.

Para dicha acreditación el proponente podrá aportar copia del convenio o contrato o acta de liquidación del mismo, indicando: objeto, valor, actividades relacionadas con el objeto contractual, entidad contratante, fecha de inicio y fecha de finalización.

. También podrá acreditar el proponente experiencia de contratos ejecutados celebrados por consorcios, uniones temporales y sociedades en las cuales el interesado tenga o haya tenido de acuerdo a su porcentaje de participación.

Los contratos que el proponente acredite como experiencia específica deberán identificarse en el RUP (no se aceptarán contratos no reportados en el RUP) y estos deberán estar inscritos en mínimo dos (2) de los siguientes Códigos del Clasificador de Bienes y Servicios:

SEGMENTO	FAMILIA	CLASE	DESCRIPCIÓN
82	10	15	Publicidad impresa
82	10	18	Servicios de

			agencia de publicidad
82	14	15	Servicios de diseño artístico
82	10	16	Publicidad difundida
82	11	19	Servicios de noticias y publicidad
82	10	19	Colocación y cumplimiento de medios.

Nota 1: Los proponentes acreditarán la experiencia con el certificado de inscripción, calificación y clasificación RUP (los contratos que el Proponente acredite como experiencia deben identificarse y señalarse claramente en el RUP con resaltador o con cualquier tipo de marca que permita su visualización rápidamente)

Nota 2: La Secretaría de Cultura durante el proceso de evaluación podrá solicitar los soportes de la información antes señalada. En todo caso, La Secretaría de Cultura verificará la información presentada antes de la celebración del convenio.

Las certificaciones, contratos o actas de liquidación para acreditar la experiencia general y específica, deben contener los siguientes datos:

- a. Nombre o razón social del contratista.
- b. Teléfonos y dirección del contratante.
- c. Fecha de iniciación del contrato.
- d. Fecha de terminación del contrato.
- e. Objeto del contrato.
- f. La certificación debe venir con Nombre y Cargo del funcionario y firmada por quien la expide.
- g. En caso de que la certificación sea expedida a un consorcio o unión temporal, en la misma debe identificarse el porcentaje de participación de cada uno de sus integrantes.

- h. Si la certificación incluye varios contratos, se debe identificar en forma precisa si son contratos adicionales al principal o son contratos nuevos, indicando en cada uno de ellos sus plazos, valor y calificación individualmente.
- i. Si en una de las certificaciones presentadas relaciona más de un contrato, solo se tendrán en cuenta aquellos contratos que cumplan con las condiciones solicitadas en este numeral.
- j. No se aceptan auto certificaciones ni subcontratos.

17.4 PERSONAL MÍNIMO REQUERIDO

Para el efectivo cumplimiento y desarrollo del objeto a contratar, el proponente deberá acreditar recurso humano al momento de presentar la propuesta, anexar hoja de vida y certificaciones de estudio del recurso humano utilizado de acuerdo con los perfiles que se describen a continuación:

La presente convocatoria requiere que la entidad a participar certifique:

CANTIDAD	CARGO	REQUISITOS ACADÉMICOS	EXPERIENCIA PROFESIONAL MÍNIMA	% DE DEDICACIÓN
1	Coordinador del Proyecto	Profesional con título universitario en las siguientes áreas del conocimiento: Mercadeo, Comunicación social o afines.	Experiencia profesional mínima de 5 años como director, líder, Coordinador o gerente de proyectos	100%
1	Director Conceptual	Profesional con título universitario en las siguientes áreas del conocimiento: Diseño gráfico, ingeniería multimedia o afines.	Experiencia profesional mínima de 10 años como diseñador de contenidos	100%
1	Gestor de proyecto operativo	Profesional con título universitario en las siguientes áreas Comunicación Social,	Experiencia profesional mínima de 3 años como	100%

		mercadeo o periodismo con posgrado o experiencia demostrable en Gerencia y gestión de Proyectos	gestor y coordinador de procesos.	
1	Desarrollador Audiovisual	Profesional con título universitario en las siguientes áreas: Comunicación Social o cine y televisión	Experiencia profesional mínima de 3 años como productor de contenidos audiovisuales	100%

Para que la propuesta pueda ser considerada habilitada, resulta necesario que el equipo de trabajo cumpla con los requisitos mínimos de formación académica y de experiencia requeridos.

El proponente deberá aportar los siguientes documentos del equipo de trabajo:

1. Copia de la cédula de ciudadanía legible
2. Hoja de Vida
3. Copia legible del título profesional, de posgrado, maestría, doctorado y las respectivas actas de grado.
6. Copia de los certificados expedidos por la entidad contratante o actas de liquidación que acrediten la experiencia, las cuales deberán contener como mínimo la siguiente información:
 - a. Nombre del contratante
 - b. Nombre del contratista
 - c. Objeto y/o descripción del contrato
 - d. Funciones o actividades del contratista
 - e. Fecha de inicio del contrato (dd/mm/aa)
 - f. Fecha de terminación del contrato (dd/mm/aa)
 - g. Nombre, cargo y firma de quien expide la certificación

17.5. FACTORES DE PONDERACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROPUESTAS.

FACTORES	PUNTAJE MÁXIMO
FACTOR ECONÓMICO: PROPUESTA ECONÓMICA	39,5 PUNTOS
FACTOR DE CALIDAD	50 PUNTOS
APOYO A LA INDUSTRIA NACIONAL	10 PUNTOS
* MIPYMES DOMICILIADAS EN COLOMBIA	0.25 PUNTOS
EMPRENDIMIENTOS Y EMPRESAS DE MUJERES	0.25 PUNTOS
TOTAL PUNTAJE	100 PUNTOS

FACTOR DE CALIDAD:

FACTOR DE CALIDAD - 25 PUNTOS: El proponente que en su propuesta entregue	Plan de medios que incluya difusión, por medio de redes sociales realizando 3 pautas en Facebook e Instagram, y difusión a través de radio.
FACTOR DE CALIDAD 25 PUNTOS: El proponente que en su propuesta	5 horas de asesoría en administración de redes sociales.

Se firma en el Distrito de Santiago de Cali a los veintiún (21) días del mes de febrero del año dos mil veintitrés (2023).



SEBASTIAN DAVID MIRANDA CASTRO

Contratista

Secretaría de Cultura

Distrito Especial de Santiago de Cali

Elaboró: Nataly Andrea Calvache Montalvo - Contratista

Revisó: Valentina Vargas – Contratista

Aprobó: Robert Andrey Madrigal Arce – Jefe de la Unidad de Apoyo a la Gestión