ESTUDIO DE MERCADO- FORMACIÓN DE PÚBLICOS

OBJETO: Contrato de prestación de servicios para activar la estrategia de formación de públicos en la ciudad de Medellín desde el enfoque de Museos, con énfasis en arte moderno.

ESTUDIO PREVIO: 38232

Con el fin de efectuar el Análisis Técnico y Económico que soporta el valor estimado del proceso de Contrato de prestación de servicios, la Secretaría de Cultura Ciudadana se acoge al RFI: Request for information. *Registro de productor de bienes nacionales* que responde a un proceso de Secop II (Tienda Virtual del Estado Colombiano) en donde se recogió información por escrito acerca de las capacidades de varios proveedores para atender a la necesidad específica a satisfacer.

El proceso de Formación de Públicos desde el enfoque de desde el enfoque de Museos, con énfasis en arte moderno, contempla diversas experiencias, las cuales se encuentran agrupadas dentro de tres (3) Ejes Estratégicos.

Para cada uno de los tres ejes del proceso, se organizaron las experiencias (actividades) de tal manera que se diera un valor integral, aclarando en cada una de las experiencias, los productos, detalles y/o actividades a considerarse para una debida ejecución. A saber:

1. EJE 1 - APROPIACIÓN DE LA CULTURA:

Para este año, la estructura de costos del proceso se ha delineado en base a las actividades necesarias, valoradas tras un minucioso análisis de los RFI obtenidos durante la consulta del 2024, y ajustados a los valores históricos actualizados según el Índice de Precios al Consumidor vigente para el año en curso. Dado que la primera experiencia se dirige exclusivamente a espacios como museos, en consonancia con sus objetivos misionales de la formación de públicos desde el enfoque de museos, se han considerado únicamente los RFI provenientes de entidades museales.

La integración de esta información en el análisis de mercado y en la estructura presupuestaria asegura una asignación precisa y eficiente de los recursos, garantizando la alineación con los objetivos y valores del proyecto. Asimismo, facilita una planificación estratégica para abordar de manera efectiva los desafíos específicos asociados con el tipo de experiencia ofrecida, asegurando así el éxito, el equilibrio y la efectividad del proceso que se desarrollará.

Para este año, la estructura de costos del proceso se basa principalmente en productos, los cuales fueron valorados luego del análisis de los 10 RFI recibidos y el año anterior con el incremento del Índice de Precios al Consumidor (IPC); así:

1.1 **EXPERIENCIAS DE ACCESO LIBRE AL MUSEO:** El Museo dará acceso libre a la población objeto del Contrato; para el valor unitario en el presupuesto del proceso, específicamente para las experiencias de ingreso libre a los museos, se analizó el año 2023 con el IPC del 2024 como valor de la boleta aproximado para este período, los valores estipulados en el RFI para el mismo enfoque y el valor de otra entidad con énfasis en similares especificaciones analizadas; y el valor del contratista será aceptado siempre y cuando se subscriba dentro del valor promedio de dicho análisis sin IVA:

Énfasis	Valor con incremento IPC 2024	Valor RFI	Valor entidad enfoque similar	Nombre entidad Similar	Valor promedio final antes de IVA
Arte contemporáneo	$ 13.294	$ 16.500	$ 23.600	Museo La Tertulia	**$ 17.798**

De la anterior información y con base en el análisis de los constructos mencionados el valor final del proyecto queda con el precio de cada ingreso así, con IVA incluido:

Énfasis	Valor final por ingreso
Arte contemporáneo	**$ 21.263**

Para este análisis, el valor de las experiencias será el promedio resultante de los formularios RFI 2024; para este caso, se hará uso de la figura de *Outlier*, que, en este contexto de análisis de datos de costos, es un valor que se desvía significativamente del resto de los datos en un conjunto de datos. Estos valores atípicos pueden surgir por diversas razones, como errores en la medición, errores de entrada de datos, o simplemente porque representan un fenómeno inusual o excepcional en el conjunto de datos entregados por los proveedores en los RFI.

Los *Outliers,* para este caso, pueden distorsionar el análisis estadístico y generar conclusiones erróneas si no se gestionan adecuadamente, por lo que después de identificarlos en el análisis, se determina su exclusión para garantizar la precisión y la validez de la media; lo anterior hace mejorar la confiabilidad de cualquier análisis

estadístico al reducir el impacto de datos atípicos que podrían distorsionar las conclusiones y obtener una imagen más precisa y representativa de la distribución de los recursos para cada una de las experiencias que se desean satisfacer dentro del proyecto de Formación de Públicos.

Para evaluar las experiencias de los Ejes 1, 2 y 3 del proyecto, que abordan la Apropiación de la Cultura (No aplica para las Experiencias de Acceso Libre), la Construcción y/o Sostenibilidad de la Comunidad, y la Diversificación Artística y Cultural, se emplearon los datos recopilados a través del formulario RFI como punto de referencia y Valor del año anterior + IPC 2024. Esto proporcionó información fundamental para analizar la efectividad y el impacto de cada experiencia en relación con los objetivos del proyecto.

Nota: Para adaptar los valores al contexto colombiano, es importante redondear las cifras, ya que en Colombia no es posible realizar pagos fraccionados en centavos. Por lo tanto, cualquier monto expresado en decimales debe ser ajustado al valor más cercano en pesos enteros. Este procedimiento garantiza la conformidad con las normativas financieras locales y facilita la gestión de los pagos, evitando complicaciones administrativas.

1.2 EXPERIENCIAS FORMATIVAS INMERSIVAS: El Museo realizará experiencias tipo taller o laboratorio que permitan una participación activa y práctica del aprendizaje, promoviendo así un proceso formativo dinámico.

El valor de la experiencia incluye:

Creación (Guía pedagógica), gestión, difusión e implementación de la experiencia.
Un facilitador de perfil profesional o experto en la materia con experiencia acreditada en el área relacionada con el énfasis del museo.
Material didáctico y de apoyo formativo físico y/o digital, insumos.
Duración de experiencia: 2 horas.
Total participantes: 25 personas.

Para el valor final por experiencia, se consideró los 10 RFI recibidos y el valor del año anterior con el incremento del Índice de Precios al Consumidor (IPC); se eliminaron *Outliers* y se proyectó la media con los que se inscribieron dentro de la naturaleza de los datos analizados.

Exp. Formativas Inmersivas	
RFI 1	$ 4.424.887
RFI 2	$ 3.240.125
RFI 3	Outlier
RFI 4	Outlier
RFI 5	$ 3.227.047
RFI 6	$ 4.125.000
RFI 7	$ 3.500.000
RFI 8	Outlier
RFI 9	$ 3.300.000
RFI 10	$ 3.188.400
Valor histórico + IPC 2024	$ 3.174.143
Media	**$ 3.522.450**

Valor final de la propuesta del contratista: **$ 3.644.367 por experiencia.**

1.3 EXPERIENCIAS GUIADAS: El museo ejecutará actividades relacionadas con visitas guiadas programadas, con información relevante para la gestión de las audiencias y la formación de públicos. Esta experiencia consiste en la realización de recorridos por salas, colecciones y distintos espacios y escenarios de interés que, complementen la experiencia y comprensión del contexto museístico, estético, artístico y sociocultural del territorio con fines de apropiación, divulgación, reconocimiento histórico y participación ciudadana.

El valor de la experiencia incluye:

Creación (Guion visita guiada), gestión, difusión e implementación de la experiencia de visita programada.

Un facilitador personalizado durante la visita.

Un conversatorio con curador o especialista de la entidad sobre el museo y sus obras. (30 minutos).

Material didáctico y de apoyo formativo físico y/o digital, insumos.

Duración de experiencia de recorrido: 1 hora.

Duración total de la experiencia: recorrido +conversatorio = (90 minutos).

Total participantes: 25 personas

Para el valor final por experiencias, se consideró los 10 RFI recibidos y el valor del año anterior con el incremento del Índice de Precios al Consumidor (IPC); se eliminaron *Outliers* y se proyectó la media con los que se inscribieron dentro de la naturaleza de los datos analizados.

Exp. Guiadas	
RFI 1	Outlier
RFI 2	$ 862.500
RFI 3	$ 644.064
RFI 4	Outlier
RFI 5	$ 746.832
RFI 6	Outlier
RFI 7	$ 1.250.000
RFI 8	Outlier
RFI 9	$ 1.740.000
RFI 10	$ 1.760.000
Valor histórico + IPC 2024	$ 645.402
Media	**$ 1.092.685**

Valor final de la propuesta del contratista: **$ 1.141.874 por experiencia.**

1.3 EXPERIENCIAS ITINERANTES: La actividad consiste en descentralizar la entidad museística y sus actividades pedagógicas, artísticas, culturales y lúdicas a diferentes lugares como parques, espacios verdes, salones comunales y otros escenarios de la ciudad. Para ello, las experiencias se llevarán a cabo en comunas y corregimientos de Medellín, a fin de promover y garantizar los derechos culturales de los ciudadanos que no cuentan con todas las facilidades para desplazarse hasta el museo para participar de su oferta. Estas experiencias buscan finalmente un acercamiento y comprensión del quehacer del museo en el territorio, mediante eventos, exposiciones o muestras acompañadas de conversatorios o charlas y demás acciones que se puedan vincular para permitir sensibilizar a los asistentes frente a la valoración de estos espacios culturales, su apropiación y disfrute de manera activa.

El valor de la experiencia incluye:

Creación (Guía de pedagógica), gestión, difusión e implementación de la experiencia itinerante.

Dos facilitadores con experiencia y con conocimiento en énfasis del museo.
Material didáctico y de apoyo formativo físico y/o digital, insumos.
Duración de experiencia: 3 horas.
Total participantes: ≥: 30 personas.
Cantidad de acciones: 8

Para el valor final por experiencias, se consideró los 10 RFI recibidos y el valor del año anterior con el incremento del Índice de Precios al Consumidor (IPC); se eliminaron *Outliers* y se proyectó la media con los que se inscribieron dentro de la naturaleza de los datos analizados.

Exp. Itinerantes	
RFI 1	$ 4.391.582
RFI 2	$ 4.562.640
RFI 3	Outlier
RFI 4	Outlier
RFI 5	$ 6.076.089
RFI 6	Outlier
RFI 7	$ 5.400.000
RFI 8	Outlier
RFI 9	Outlier
RFI 10	Outlier
Valor histórico + IPC 2024	$ 6.981.668
Media	**$ 5.482.396**

Valor final de la propuesta del contratista: **$ 4.566.098 por experiencia.**

2. EJE-2 CONSTRUCCIÓN Y/O SOSTENIBILIDAD DE COMUNIDAD:

La construcción y sostenibilidad de comunidad (audiencias), es el proceso estratégico y dinámico de establecer y fortalecer un grupo de individuos con intereses comunes en torno al arte y la cultura de un determinado contexto, en este caso Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín; este proceso implica la realización de acciones específicas orientadas hacia la creación y sostenibilidad de esta comunidad, con

el fin de promover una mejor apropiación, apreciación y consumo de bienes y productos culturales. Se busca atraer tanto a nuevas audiencias como a fortalecer las existentes, mediante la creación, producción y circulación de contenidos culturales dirigidos específicamente a este grupo; la construcción de la comunidad implica la colaboración entre la comunidad misma y la entidad contratista, donde se desarrollan actividades conjuntas y se entregan contenidos o productos culturales como resultado de este proceso colaborativo.

En síntesis, la construcción de comunidad o audiencias implica establecer un vínculo sólido y participativo entre individuos interesados en el arte y la cultura, fomentando así la creación de una comunidad activa y comprometida con la vida cultural de la ciudad.

2.1 CONSTRUCCIÓN O SOSTENIBILIDAD DE COMUNIDAD: Realización de acciones-proceso orientadas hacia la construcción o sostenibilidad de una comunidad de seguidores cuyo objeto es promover la mejor apropiación, apreciación y consumo del arte y la cultura de la ciudad. (Club de fans).

El valor de la experiencia incluye:

Creación (Guía de planeación, seguimiento y evaluación), gestión, difusión e implementación de la comunidad.
Un facilitador para el acompañamiento y gestión.
Insumos; material impreso, digital, suvenires que permitan el desarrollo y la sostenibilidad de la comunidad.
Tres (3) contenidos o productos resultado del ejercicio de co-creación adelantado con los integrantes de la comunidad y la entidad contratista.
Duración de experiencia: 2 horas.
Cantidad de encuentros: ≥ 12 durante la duración del proyecto.
Total participantes: ≥: 12 personas

Para el valor final por experiencias, se consideró los 10 RFI recibidos y el valor del año anterior con el incremento del Índice de Precios al Consumidor (IPC); se eliminaron *Outliers* y se proyectó la media con los que se inscribieron dentro de la naturaleza de los datos analizados.

Construcción y/o sostenibilidad de Comunidad	
RFI 1	Outlier

RFI 2	$ 16.672.596
RFI 3	$ 20.893.286
RFI 4	Outlier
RFI 5	$ 21.721.668
RFI 6	$ 23.760.000
RFI 7	$ 25.000.000
RFI 8	Outlier
RFI 9	$ 24.900.000
RFI 10	Outlier
Valor histórico + IPC 2024	$ 20.936.702
Media	**$ 21.983.465**

Valor final de la propuesta del contratista: **$ 23.790.215 por experiencia.**

3. EJE 3 – DIVERSIFICACIÓN ARTÍSTICA Y CULTURAL:

La diversificación artística y cultural para la formación de públicos desde el arte y la cultura constituye un proceso dinámico que implica la implementación de diversas actividades de acompañamiento técnico y formativo por parte del museo especializado en promover una amplia gama de lenguajes expresivos, estéticos, plásticos, sociales y artísticos; este enfoque tiene como objetivo central visibilizar y enriquecer las diversas manifestaciones artísticas y culturales, así como fortalecer el vínculo del público con la oferta cultural disponible; además de promover la apreciación y el consumo de cultura, se busca alcanzar nuevos espectadores y usuarios vulnerables, ampliando así el alcance y la diversidad de la audiencia.

A través de intercambios de experiencias y la identificación de herramientas y hábitos culturales, se busca también reflexionar sobre la formación de públicos, abordando de manera crítica y reflexiva los desafíos y oportunidades en este ámbito; de esta manera, se aspira a diseñar estrategias más inclusivas y sensibles a las necesidades e intereses específicos de la comunidad, promoviendo una participación activa y comprometida con el arte y la cultura en el Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín.

3.1 DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA PARA PÚBLICOS POTENCIALES Y/O NUEVOS: La entidad museal contratista, implementará estrategias formativas, creativas o de co-creación para el fomento y consumo de productos artísticos y

culturales, las cuales deberán ser enfocadas a públicos potenciales (primera infancia, niños, jóvenes, adultos, adultos mayores, desplazados, LGTBIQ+, población migrante, población afro, población en restitución de derechos, población en situación de calle, adultos mayores; entre otros); deberá convocar a nuevas audiencias haciendo énfasis en un grupo poblacional que no pertenezca a su público habitual o cautivo a fin de democratizar el acceso al arte y la cultura que estos espacios ofrecen a los habitantes de la ciudad.

El valor de la experiencia incluye:

Creación (Guía de planeación, seguimiento y evaluación), gestión, difusión e implementación de la diversificación de la oferta para públicos potenciales.
Cantidad de grupos potenciales: Dos.
Cuatro procesos formativos: uno por cada grupo poblacional a impactar.
Participantes por cada grupo: ≥ 15 personas.
Sesiones por proceso: Cuatro sesiones.
Duración de cada sesión: ≥ 1 hora y 30 minutos.
Material de apoyo físico y/o digital e insumos.

Para el valor final por experiencias, se consideró los 10 RFI recibidos y el valor del año anterior con el incremento del Índice de Precios al Consumidor (IPC); se eliminaron *Outliers* y se proyectó la media con los que se inscribieron dentro de la naturaleza de los datos analizados.

Diversificación de oferta públicos potenciales y/o nuevos	
RFI 1	$ 6.139.213
RFI 2	Outlier
RFI 3	Outlier
RFI 4	$ 5.116.000
RFI 5	Outlier
RFI 6	Outlier
RFI 7	$ 12.000.000
RFI 8	$ 12.600.000
RFI 9	$ 5.500.000
RFI 10	$ 10.450.000
Valor histórico + IPC 2024	$ 10.391.820
Media	**$ 8.885.290**

Valor final de la propuesta del contratista**: $ 9.395.999 por experiencia.**

3.2 EXPERIENCIA FORMATIVA PARA PÚBLICOS ESTRATÉGICOS –SEMINARIO-: Evento en articulación con las demás entidades vinculadas del proyecto de Formación de Públicos para llevar cabo la tercera versión del Seminario de Formación de Públicos, ciudad de Medellín.

El valor de la experiencia incluye:

Preparación de un módulo (técnico-académico-experiencial) de experiencia formativa dirigida a públicos estratégicos sobre la temática seleccionada para la tercera versión. (Planeación, realización, evaluación y compilado).

Transmisión virtual de la experiencia formativa en plataforma(s) definida por los asociados.

Duración del módulo por entidad: 2 horas.

Participantes por entidad: ≥ 30 personas.

Incluye Menú completo empacado para 30 personas: Proteína de 200 gr (Res, cerdo, pollo o pescado), acompañamiento con carbohidrato 100 gr, sopa 250 ml, fruta o ensalada vegetal 100 gr, bebida: jugo de fruta de 200 ml y postre: 100 gr.

Presentación: Empacado en material que no sea icopor.

Estación de café en termo para 30 participantes: Bebida caliente de café y aromática recién preparada en termo; presentación: vasos ecológicos de 4 y 6 oz, acompañado de azúcar y mezcladores.

Para el valor final por experiencias, se consideró los 10 RFI recibidos y el valor del año anterior con el incremento del Índice de Precios al Consumidor (IPC); se eliminaron *Outliers* y se proyectó la media con los que se inscribieron dentro de la naturaleza de los datos analizados.

Exp. Formativa públicos estratégicos -Seminario-	
RFI 1	Outlier
RFI 2	$ 6.612.510
RFI 3	Outlier
RFI 4	$ 10.500.000
RFI 5	$ 5.728.118
RFI 6	$ 6.400.000

RFI 7	$	6.000.000
RFI 8	$	7.000.000
RFI 9	$	6.050.000
RFI 10		Outlier
Valor histórico + IPC 2024	$	5.081.356
Media	**$**	**6.671.498**

Valor final de la propuesta del contratista: **$ 7.287.710 por experiencia**

Finalmente, tomando en consideración los criterios previamente expuestos, se argumenta que el presupuesto oficial establecido para el actual proceso de Contratación por prestación de servicios, ha sido organizado por productos. En este sentido, la herramienta empleada para la elaboración del presupuesto fue Atenea Web, en consonancia con la Resolución SSS 201950004504 del 30 de enero de 2019, la cual adopta una metodología y herramienta presupuestaria centrada en productos.

Luisa Fernanda Agudelo Cossio
Profesional Universitaria - Técnica del Proceso
Secretaría de Cultura Ciudadana