	ANALISIS DEL SECTOR Decreto 1082 de 2015
FECHA	19 DE SEPTIEMBRE DE 2024
OFICINA MISIONAL O DEPENDENCIA SOLICITANTE	OFICINA DE TURISMO
OBJETO A CONTRATAR	PRESTACIÓN DE SERVICIOS ARTÍSTICOS MUSICALES (Balcón trio, Sutagaiteros, Son de Colombia Folclor, Santo Son) EN EL MARCO DEL FESTIVAL INFANTIL, PREJUVENIL Y EL XXXI REINADO JUVENIL MUNICIPAL DE LA RUMBA CRIOLLA 2024

1. JUSTIFICACION Y ASPECTOS LEGALES

1.1. Los referentes Constitucionales

La Constitución Política de Colombia prevé en el artículo 2 como fines del Estado: "servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la nación.

Adicionalmente, estipula el artículo 209 ídem, que "la función administrativa está al servicio de los intereses generales y se desarrolla con fundamento en los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad".

Finalmente, el artículo 311 dicta que "Al municipio como entidad fundamental de la división político administrativa del estado le corresponde prestar los servicios públicos que determine la ley, construir las obras que demande el progreso local, ordenar el desarrollo de su territorio, promover la participación comunitaria, el mejoramiento social y cultural de sus habitantes y cumplir las demás funciones que le asignen la Constitución y las leyes"

1.2. Los Referentes Legales.

El Municipio tal como lo establece el artículo 1° de la Ley 136 de 1994, "...es la entidad territorial fundamental de la división político administrativa del Estado, con autonomía política, fiscal y administrativa, dentro de los límites que señalen la Constitución y la ley y cuya finalidad es el bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de la población en su respectivo territorio". La recién citada Ley, así como el conjunto de la Legislación nacional imponen a los entes territoriales obligaciones específicas, a efecto de prestar adecuadamente los servicios públicos a ellos encomendados, lograr las finalidades propias del Estado Social de Derecho y en fin de servir a la comunidad.

En desarrollo de lo señalado en la Ley 80 de 1993, artículo 25 numerales 7 y 12 modificado este último por el artículo 87 de la Ley 1474 de 2011, se hace necesario la elaboración y suscripción de un estudio previo que estará conformado por los documentos definitivos que servirán de soporte para la elaboración y ejecución de la contratación. Del mismo modo, se aplican los principios propios de la Función Administrativa, cuya aplicación a la contratación estatal consagra el artículo 23 de la Ley 80 de 1993.

Adicionalmente, se tienen en cuenta las disposiciones de la Ley General del Turismo Ley 300 de 1996, y Ley 1101 de 2006 por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 y se dictan otras disposiciones, y la Ley 1558 de 2012 que modifica las anteriores leyes, en las cuales se destaca la importancia de la industria turística: El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales y cumple una función social. (Artículo 1° Ley 300 de 1.996).

En todo este proceso de selección y el contrato que de él se derive, se sujetarán a las disposiciones de la Constitución Política, en especial las referentes a los artículos 1, 2, 52, 209 y 311; las Leyes 80 de 1993 y 1150 de 2007; el Decreto 1082 de 2015 y demás Decretos reglamentarios y normas aplicables que regulen la materia.

De acuerdo con la guía para la elaboración de análisis del sector de "Colombia Compra Eficiente" en la contratación directa, el análisis del sector debe tener en cuenta el objeto del Proceso de Contratación, particularmente las condiciones del contrato, como los plazos y formas de entrega y de pago. El análisis del sector permite a la Entidad Estatal sustentar su decisión de llevar a cabo una contratación directa, la elección del proveedor y la forma en que se pacta el contrato desde el punto de vista de la eficiencia, eficacia y economía.

En un contrato de prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión, o para la ejecución de trabajos artísticos, el análisis del sector depende del objeto del contrato y de las condiciones de idoneidad y experiencia que llevan a contratar la persona natural o jurídica que está en condiciones de desarrollar dicho objeto. *(Artículo 2.2.1.2.1.4.9. Decreto 1082 de 2015)*

Que la Contratación Estatal, busca de manera general, configurar los fines estatales dispuestos en el artículo 3º de la Ley 80 de 1993, que consagra la obligación de los servidores públicos en la celebración y ejecución de los contratos, de buscar el estricto cumplimiento de la continua y eficiente prestación de los servicios públicos y la efectividad de los derechos e intereses de los administrados que colaboran con ella en la consecución de dichos fines. Los particulares, por su parte, tendrán en cuenta al celebrar y ejecutar contratos con las entidades estatales que colaboran con ellas en el logro de sus fines y cumplen una función social que, como tal, implica obligaciones.

Que el artículo 32 de la Ley 80 de 1993 señala que son contratos estatales todos los actos jurídicos generadores de obligaciones que celebren las entidades a que se refiere el citado Estatuto, previstos en el derecho privado o en disposiciones especiales, o derivados del ejercicio de la autonomía de la voluntad, así como los que, a título enunciativo define la norma.

Que la ALCALDIA MUNICIPAL DE FUSAGASUGA requiere contratar una persona natural o jurídica con experiencia en la organización, manejo y producción de eventos, espectáculos y entretenimiento masivo, contratación de artistas, para llevar a cabo la Prestación de servicios artísticos musicales (Balcón trio, Sutagaiteros, Son de Colombia Folclor, Santo Son) en el marco del Festival infantil, prejuvenil y el XXXI reinado juvenil municipal de la rumba criolla 2024

Expuesto lo anterior, la Oficina de Turismo plantea de forma directa y específica la necesidad de contratar la prestación de servicios para la ejecución de trabajos artísticos, orientado a realizar un espectáculo musical con artistas de gran reconocimiento y trayectoria, para los asistentes dentro del marco del Festival infantil, prejuvenil y el XXXI reinado juvenil municipal de la rumba criolla 2024.

Es así que, en cumplimiento con lo dispuesto en el artículo 2.2.1.1.1.6.1. del Decreto 1082 de 2015, se deja constancia del análisis realizado por la Alcaldía Municipal de Fusagasugá, Oficina de Turismo, en relación con la contratación directa a realizar cuyo objeto es la **Prestación de servicios artísticos musicales (Balcón trio, Sutagaiteros, Son de Colombia Folclor, Santo Son) en el marco del Festival infantil, prejuvenil y el XXXI reinado juvenil municipal de la rumba criolla 2024**. En este sentido, el presente análisis consta de la siguiente información:

1.1. NECESIDAD

El Plan de Desarrollo para el periodo constitucional 2024-2028 "FUSAGASUGÁ FLORECE: Un Plan Integral para el Desarrollo Sostenible y Equitativo" aprobado mediante acuerdo No. 100-02.01-04 de 2024, contiene los lineamientos que orientan la articulación y trasversalidad de las acciones de la administración municipal, para mejorar las condiciones y calidad de vida de los ciudadanos y establecer las bases del cambio en la gestión pública en Fusagasugá, donde los indicadores de bienestar, de producto, líneas de base y metas permitirán la medición del desempeño y la gestión municipal.

LÍNEA ESTRATÉGICA	FUSAGASUGÁ FLORECE COMO CIUDAD COMPETITIVA CON EMPLEO Y DESARROLLO EMPRESARIAL
PROGRAMA	TURISMO: DESTINO FUSAGASUGÁ
OBJETIVO DEL PROGRAMA	POSICIONAR EL DESTINO FUSAGASUGÁ COMO EL EPICENTRO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE SUMAPAZ EN DONDE LOS TURISTAS Y VISITANTES PUEDAN DISFRUTAR DE LA RIQUEZA HISTÓRICA, CULTURAL Y NATURAL IMPULSANDO EL DESARROLLO INTEGRAL QUE GENERE UN IMPACTO POSITIVO EN LA ECONOMÍA, PROMOVIENDO LA CONSERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE Y LA CONSOLIDACIÓN DE

	EXPERIENCIAS TURÍSTICAS QUE EXALTEN LA IDENTIDAD DEL TERRITORIO.
INDICADOR	NÚMERO DE CAMPAÑAS DE ALTO IMPACTO EN PROMOCIÓN, DIFUSIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICA Y DESARROLLO DE PROCESOS DE CAPACITACIÓN Y FORMALIZACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA.
META CUATRIENIO	REALIZAR CAMPAÑAS DE ALTO IMPACTO EN PROMOCIÓN, DIFUSIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICA Y DESARROLLAR PROCESOS DE CAPACITACIÓN Y FORMALIZACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

El plan de desarrollo del municipio de Fusagasugá 2024 -2028, "FUSAGASUGÁ FLORECE: Un Plan Integral para el Desarrollo Sostenible y Equitativo" busca ver a Fusagasugá como una verdadera ciudad jardín, segura, organizada y protectora de sus recursos naturales, destacada por su desarrollo y su competitividad, la promoción de una educación de excelencia, el acceso universal a la salud, la vivienda digna y la mejora constante de los servicios públicos.

El sector turístico se enmarca desde la línea estratégica "Fusagasugá florece como ciudad competitiva con empleo y desarrollo empresarial" teniendo lineamientos territoriales como el Acuerdo No. 39 de diciembre 22 de 2016 por medio del cual se adopta la Política Pública "Turismo como oportunidad de progreso para Fusagasugá", y el plan de desarrollo turístico 2022 –2032, de la misma manera que se encuentra el acuerdo No. 100-02.01 - 10 de 2019 el cual institucionaliza eventos que permiten hacer de Fusagasugá un territorio de importancia turística para la región.

Teniendo en cuenta el diagnostico generado dentro de la construcción del plan de desarrollo se lograron evidenciar algunas debilidades y oportunidades en el sector, tales como la informalidad de algunos servicios turísticos, deficiencia en infraestructura turística y la baja afluencia de turistas en algunas temporadas del año; dichas debilidades y oportunidades se pretenden contrapesar a través de las estrategias planteadas en el plan de desarrollo como el fomento al clúster de turismo y promoción de la ciudad como destino de descanso y de encuentros y el fortalecimiento de los eventos de promoción turística y posicionamiento de identidad de ciudad jardín, en busca de mitigar tales aspectos a través de la realización de eventos que convoquen a la participación activa de la comunidad.

El municipio de Fusagasugá bajo el liderazgo de la Oficina de turismo se encarga de formular y ejecutar las políticas, planes y programas para la promoción del turismo, la elaboración, ejecución y seguimiento del Plan municipal de turismo y la formulación y ejecución de los proyectos en los cuales se determinan las zonas o áreas de desarrollo turístico prioritario, así como el apoyo en la dotación de dichas zonas o áreas de servicios públicos e infraestructura básica.

Es por esto que el programa, "Turismo: Destino Fusagasugá" se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, el plan nacional de desarrollo y el plan de desarrollo departamental, buscando el posicionamiento y reconocimiento de Fusagasugá como destino y epicentro turístico de la Provincia de Sumapaz en donde los turistas y visitantes puedan disfrutar de la riqueza histórica, cultural y natural impulsando el desarrollo integral que genere un impacto positivo en la economía, promoviendo la conservación del medio ambiente y la consolidación de experiencias turísticas que exalten la identidad del territorio.

Dicho programa establece dentro de sus metas, realizar campañas de alto impacto en promoción, difusión e información turística y desarrollar procesos de capacitación y formalización para la competitividad turística, lo cual se desarrolla a través del proyecto denominado "fortalecimiento de los servicios de la cadena productiva turística en el municipio de Fusagasugá".
En consecuencia y con ocasión de ejecutar las acciones necesarias para desarrollar los eventos y actividades relacionadas, así como el cumplimiento del propósito y funciones esenciales de la oficina de turismo para consolidar a Fusagasugá como un destino turístico con un modelo de desarrollo turístico innovador, accesible para todos, sobre una infraestructura adecuada que garantice el desarrollo sostenible del territorio y facilite la interacción e integración del visitante con el entorno.

Es necesario llevar a cabo un proceso contractual, el cual pueda dar lugar a todos los requerimientos para el desarrollo de las metas propuestas, enmarcadas en las estrategias definidas para lograr el objetivo fundamental del plan de desarrollo 2024 – 2028 FUSAGASUGÁ FLORECE: Un Plan Integral para el Desarrollo Sostenible y Equitativo.

Teniendo en cuenta el Acuerdo municipal 018 de 2019 "por medio del cual se institucionalizan y se adopta el calendario de algunos eventos deportivos-culturales-turísticos y empresariales del municipio de Fusagasugá y se dictan otras disposiciones". Se institucionaliza el festival de la rumba criolla.

Anualmente se realiza el reinado municipal de la rumba criolla en la temporada de septiembre, con el objetivo de resaltar, divulgar y salvaguardar las manifestaciones artísticas y culturales locales que contribuyan a la conservación de este aire folclórico.

La rumba criolla es una experiencia enriquecedora tanto para los turistas como para la comunidad local, incrementando el turismo logrando atraer visitantes, así como generar ingresos y promover la región y su identidad cultural.

Por consiguiente, el Municipio de Fusagasugá ha logrado consolidar año tras año la realización de dicho evento, el cual se desarrollará los días 26, 27, 28 y 29 de septiembre del 2024 y se ha dispuesto en el programa la presentación de artistas locales, enriqueciendo nuestras celebraciones y generando oportunidades económicas, fortaleciendo el tejido social y promoviendo el arte y la cultura de la región.

El fundamento jurídico que soporta la modalidad de la selección, se encuentra regulado en la Ley 80 de 1993, Ley 1150 de 2007 artículo 2 numeral 4 literal h) y artículo 2.2.1.2.1.4.9. del Decreto 1082 de 2015, estableciendo la modalidad de Contratación Directa, al igual que la Ley Anticorrupción Ley 1474 del 2011 artículo 94.

2. CONTEXTO ECONOMICO

La industria musical es definida por Bernstein, Sekine & Weissman (2007) como las relaciones administrativas y de negocios en torno al arte de la música, de la cual son parte todos quienes están en la cadena de valor y productiva. Particularmente, en Colombia, en 2015 se estimó que se hicieron negocios alrededor de esta industria por aproximadamente de US$34,1 millones, mostrando internacionalmente una industria pronta a consolidarse (Martinez, 2016). Roberto Andrade (2009) dice que en la escena local hay una sobreoferta de nuevos artistas, cuyas propuestas derivan de todos los géneros del territorio colombiano, limitando las posibilidades de circulación y difusión de cada uno; a esto se le suma la limitada cantidad de medios de comunicación en los cuales puedan lograr un espacio de visibilización significativo, por la mayoría de músicos permanecen en el anonimato. Ramírez & Gómez (2011) afirman que en Colombia hay talento musical que falta encajar en modelos de negocios viables; se necesitan maneras de hacer que esos talentos encuentren su fuente de ingresos en la música, lo que demanda una mejor gestión y planeación estratégica; las economías inestables de los países latinos hacen que la industria local no tenga la fuerza productiva de otras industrias, como E.E.U.U. para realizar en esas labores, por lo que las disqueras globales no han realizado mayores inversiones y terminan siendo industrias de las que es difícil que los artistas salgan al panorama global.

La Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI por sus siglas en inglés) hizo público su reporte sobre el consumo de la música del 2017 conocido como ***2017 Music Consumer Insight Report.*** Año con año esta federación nos muestra su percepción sobre la industria de la música y sus hábitos de consumo. De esta manera podremos predecir las tendencias en la industria musical hacia el 2018. 96% de los usuarios en internet consumen música con licencia y México es el mayor consumidor.

El reporte está basado en una investigación realizada a usuarios de internet entre 16 y 64 años. Esto en 13 de los mercados líderes en el consumo de música: México, Australia, Brasil, Canadá, Francia, Alemania, Italia, Japón, Corea del Sur, España, Suecia, Gran Bretaña y los Estados Unidos. Estos territorios representan el 85% de todo el mercado de música grabada en todo el mundo.

América latina, según IFPI (2016b, p.11) fue "(...) la región con el crecimiento más robusto en materia de ingresos por ventas de música grabada (+11,8%)" y lo ha sido por 5 años consecutivos hasta la fecha. "El segmento digital incrementó su valor en un 44,5%, superando el promedio mundial en más de cuatro veces. Los ingresos por streaming registraron una espectacular alza del 80,4%." Los países de mayor importancia en cuanto a ingresos son Brasil y Argentina, pero hay tendencias que llaman la atención de importantes empresas del sector como Chile, que tiene el mayor número de cuentas pagas en Spotify (plataforma de streaming de audio) en la región (Navas Rosal, 2014), motivando así la entrada de otras plataformas a ese país y el establecimiento de sus oficinas principales para Latinoamérica o Colombia, tema que se tratará en el apartado a continuación.

Panorama actual en Colombia:
En el país, desde hace varios años la situación de la industria musical es optimista; puntualmente en cifras se encontró que: Los ingresos por música grabada aumentaron un 16,4% respecto 2014 situándose en los 34,1 millones de dólares. (...) gracias al digital que pasó de facturar 14,3 millones de 25 dólares en 2014 a los 17,7$ millones en 2015, lo que supone un aumento del 24%. En cuanto a formatos digitales, el streaming representó el 84% de los ingresos con 14,93$ millones y el restante provino de los formatos de descarga digital.

Se debe tener en cuenta que ese porcentaje que crece el mercado general en Colombia, ocurre enfrentado con la caída del 14% de la venta física de música en el mismo periodo de tiempo. El sello música de Colombia (tanto de música popular como tradicional) es reconocido en los mercados extranjeros como un indicador de calidad. Empresas multinacionales de alta influencia en la industria musical como Altafonte (distribuidora de música) y OneRPM (editora) abren sucursales en Bogotá al analizar las tendencias

crecientes del mercado nacional y el nivel cualitativo de la oferta musical local (Industria Musical, 2016), y hasta deciden hacer de su sede en la ciudad, el centro de operaciones para Latinoamérica. Respaldando este desarrollo económico, en 2012, la UNESCO nombró a Bogotá como una ciudad de la música, la quinta de estas en el mundo, "Este nombramiento viene a reconocer el rápido crecimiento del sector musical bogotano y su dinamismo como escenario central de la creación musical en América Latina. (...) Bogotá promoverá la música como herramienta para el progreso socioeconómico y la diversidad cultural" (Creative cities network, 2012).

Alrededor del éxito de una banda o artista existen múltiples personas que trabajan día a día para que esto suceda, entre ellas se encuentran el representante o mánager y el agente o "talent agent". El primero es el consejero, coordinador y guía del artista, se encarga del desarrollo de la carrera del artista a largo plazo, por lo cual está vinculado en varios aspectos como el manejo de su imagen, la selección del material artístico y musical, el manejo de asuntos publicitarios y relaciones públicas, entre otros. El agente o "talent agent" es el encargado de promover a los artistas con el fin de obtener diferentes negocios y/o contratos, su principal función es buscar y cerrar negocios que sean acordes y beneficiosos para los artistas, por ejemplo, presentaciones, álbumes, apariciones en programas de televisión, entre otros.

Actualmente, Colombia es uno de los países con artistas con mayor proyección internacional, lo que ha generado que estas nuevas figuras del entretenimiento busquen en EE UU, la meca del entretenimiento, personas con el conocimiento necesario para alcanzar el éxito. Sin embargo, en estados como la Florida, California y Nueva York , el mánager tiene capacidades que no puede sobrepasar, bajo el riesgo de violar la ley estatal.

Lo anterior ha generado que los artistas hispanoamericanos al llegar a la Florida se encuentren en la necesidad de tener más intermediarios en el mercado del entretenimiento de los que estaban acostumbrados en sus países de origen o que por desconocimiento, violen las leyes estatales.

En contraposición a la regulación norteamericana, en Colombia no existe una regulación acerca de las funciones, obligaciones, exigencias y/o prohibiciones para el desempeño de las funciones de mánager o talent agent, y mucho menos la existencia de una licencia de operación. Bajo la ley colombiana, los artistas suscriben contratos de mandato y/o agencia mercantil con sus mánager y/o talent agents con el fin de que estos adelanten negocios, celebren contratos, promuevan y exploten la carrera del artista, entre otros, y por lo general en Colombia la figura que existe y es reconocida es el mánager o representante, quien se encarga de todas las labores de asesoría, promoción, contratación, entre otros.

La ley colombiana no les reconoce obligaciones especiales a los mánager y/o talent agents,por lo que tienen las obligaciones y responsabilidades establecidas en la ley para los mandatarios o agentes, lo cual está supeditado al contrato (mandato o agencia mercantil) que el artista suscriba con su mánager y/o talent agent.

Los requisitos legales exigidos para entablar una relación jurídica entre los artistas y los mánager y/o talent agents varía de acuerdo con el país y su regulación. En algunos casos, tal como sucede en Colombia, se agota con la suscripción de un contrato que cumpla con las formalidades legales, en el cual las partes delimiten las funciones del mánager y/o talent agent de conformidad con sus necesidades. Mientras que, en algunos estados de EE UU, los talent agents al ser considerados agencias de empleo, deben agotar unos requisitos legales adicionales con el fin de suscribir un contrato válido para la prestación de sus servicios de talent agent con un artista, como contar con la licencia que los autorice y reconozca como talent agents.

3. CONTEXTO TECNICO

La Oficina de Turismo de Fusagasugá, de conformidad con las actividades a ejecutar, la administración Municipal requiere contratar la prestación de servicios de espectáculos musicales en vivo el día jueves 26 de septiembre de 2024 de: BALCÓN TRIO y para el domingo 29 de septiembre la presentación de: SUTAGAITEROS, SON DE COLOMBIA FOLCLOR y SANTO SON, estos cuatro artistas Fusagasugueños en vivo.

para lo cual se solicita lo siguiente:

JUEVES 26 DE SEPTIEMBRE DE 2024		
ARTISTA	**DESCRIPCIÓN**	**TIEMPO**
BALCÓN TRIO	Agrupación conformada desde el año 2007 por músicos fusagasugueños y de la región del Sumapaz, bajo la dirección de Aníbal Cadena, con un amplio y selecto repertorio de antaño, boleros, valses, música colombiana y más. La combinación de estos músicos da como resultado una experiencia musical incomparable. Balcón Trío se destaca por su estilo único y su capacidad para transmitir emociones a través de su música. También se distinguen por su carisma en el escenario. La química entre los miembros del grupo, su energía y alegría son contagiosas. Cada presentación se convierte en una experiencia única y emotiva, donde el público se entrega por completo a la magia de la música.	45 minutos
Para este día se tiene prevista la apertura del festival infantil, prejuvenil y XXXI reinado juvenil municipal de la rumba criolla 2024, en un cóctel, haciendo la imposición de cintas a cada una de las candidatas de acuerdo con la categoría.		

DOMINGO 29 DE SEPTIEMBRE DE 2024		
ARTISTA	**DESCRIPCIÓN**	**TIEMPO**
SUTAGAITEROS	Agrupación musical que nace en Fusagasugá hacia 2017, busca exaltar las sonoridades afrocaribeñas, interpretando ritmos de la costa norte colombiana como gaita, cumbia, porro, merengue entre otros. Ha participado en varios festivales como: • No a la minería fest, Arbeláez • Festival del maíz, Girardot • Leviatán festival II, Fusagasugá • Arte para sanarte, Guchipas – Pasca • Festival de gaitas, Granada - Cundinamarca • Festival cirfuga, Fusagasugá Entre otros, se distinguen por su alegría y empatía con el público.	45 minutos
SON DE COLOMBIA FOLCLOR	Agrupación musical constituida por jóvenes Fusagasugueños con gran trayectoria musical, con participaciones nacionales e internacionales, obteniendo diferentes reconocimientos, ganadores del reconocimiento a la mejor interpretación de obra obligatoria y segundo lugar en formatos típicos a nivel nacional en el Festival Nacional de Intérpretes de la Rumba Criolla Emilio Sierra 2023.	45 minutos
SANTO SON	Agrupación musical de Fusagasugá, Colombia, que ha logrado destacarse por su innovadora fusión de géneros musicales. Con una propuesta que combina la salsa y los ritmos tropicales, Santo Son ha creado un sonido fresco y distintivo que refleja tanto la riqueza cultural de su región como la creatividad de sus integrantes. La banda está	45 minutos

	conformada por talentosos músicos de Fusagasugá, Juntos han logrado desarrollar una dinámica llena de energía y emociones que conectan de inmediato con el público.	
Este día, se realizará la ceremonia de elección y coronación de la reina juvenil municipal de la rumba criolla 2024, así como la premiación del festival infantil y prejuvenil de la rumba criolla.		

El contratista asumirá todos los impuestos, tasas y contribuciones.

4. CONTEXTO REGULATORIO

El proceso contractual debe estar ajustado dentro del marco legal aplicable, en sus etapas de planeación, precontractual, contractual y pos contractual. Al igual que el marco legal, debe contener los mínimos requisitos que los posibles oferentes han de cumplir para hacer parte de la selección del oferente adjudicatario y futuro contratista que ha de ser objetiva y en general, cumplir con los principios de la contratación. Una vez verificado el objeto a contratar y el presupuesto del mismo se establece la necesidad de aplicar modalidad de contratación instituida o identificada como Directa, de acuerdo al Decreto 1082 de 2015.

5. ANALISIS DE LA DEMANDA

- Contrataciones previas de la entidad

En cumplimiento con los proyectos misionales, la Oficina de Turismo, ha celebrado contratos con personas naturales y/o jurídicas, relacionados con la prestación de servicios artísticos para apoyar las diferentes actividades y eventos del municipio de Fusagasugá.

En consecuencia, a continuación, se relacionan los contratos celebrados a partir del año 2015, en materia de ejecución de trabajos artísticos en la Oficina de Turismo:

No.	ENTIDAD	OBJETO	CUANTÍA
CPS No. 2023-0652	CUNDINAMARCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE FUSAGASUGÁ	PRESTACIÓN DE SERVICIOS ARTISTICOS MUSICALES (Los Billo's Caracas Boys de Venezuela, Luis Felipe González, Los Nuevos Corraleros, Calibre 50 – Banda Mexicana, Jessi Uribe, Elder Dayan Díaz y su grupo, Diana Rivera y su grupo, seis artistas Fusagasugueños en vivo, tres Artistas de reconocimiento nacional de música cristiana) DENTRO DEL MARCO DE LA VERSION LXV EXPOFUSA 2023.	$500.000.000
CPS No. 2022-168	CUNDINAMARCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE FUSAGASUGÁ	PRESTACIÓN DE SERVICIOS ARTÍSTICOS MUSICALES (LA AGRUPACION NICHE, GRUPO SON CUBANO, Y MARIACHI CLASICO CONTEMPORANEO) PARA LA CELEBRACION DEL CUMPLEAÑOS 430 DEL MUNICIPIO DE FUSAGASUGA.	$245.920.000
CPS No. 2019-0364	CUNDINAMARCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE FUSAGASUGÁ	PRESTACIÓN DE SERVICIOS ARTÍSTICOS DE LA BANDA SINALOENSE LA WC Y KVRASS DENTRO DEL MARCO DE EXPOFUSA 2019	$79,450,000
CPS No. 2018-0531	CUNDINAMARCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE FUSAGASUGÁ	PRESTACIÓN DE SERVICIOS ARTÍSTICOS SHOW MUSICAL Y ACTORAL, PESEBRE EN VIVO PARA LAS NOVENAS NAVIDEÑAS 2018 DEL MUNICIPIO DE FUSAGASUGÁ	$ 30.000.000

CPS No. 2018 - 0408	CUNDINAMARCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE FUSAGASUGÁ	PRESTACIÓN DE SERVICIOS ARTÍSTICOS DE KEVIN FLOREZ EN LOS REINADOS MUNICIPAL Y DEPARTAMENTAL DE LA RUMBA CRIOLLA 2018	$ 39.308.000
CPS No. No. 2017 - 0564	CUNDINAMARCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE FUSAGASUGÁ	PRESTACIÓN DE SERVICIOS ARTÍSTICOS SHOW MUSICAL Y ACTORAL PESEBRE EN VIVO PARA LAS NOVENAS NAVIDEÑAS	$ 31.235.994
CPS No. 2017 - 0471	CUNDINAMARCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE FUSAGASUGÁ	PRESTACIÓN DE SERVICIOS ARTÍSTICOS DE JERÓNIMO CANTILLO Y SU AGRUPACIÓN VALLENATA PARA LOS REINADOS MUNICIPAL Y DEPARTAMENTAL DE LA RUMBA CRIOLLA 2017	$ 29.000.000
CPS No. 2017 - 0506	CUNDINAMARCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE FUSAGASUGÁ	PRESTACIÓN DE SERVICIOS ARTÍSTICOS DEL MARIACHI CLÁSICO CONTEMPORÁNEO, LOS CORRALEROS, PONCHO ZULETA, GUAYACÁN ORQUESTA Y PAOLA JARA PARA EXPOFUSA 2017	$ 263.610.000
CPS 2016 - 0070	CUNDINAMARCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE FUSAGASUGÁ	PRESTACION DE SERVICIOS ARTISTICOS DE SIAM Y EL MARIACHI CLASICO CONTEMPORANEO PARA EL FESTIVAL DE LA RUMBA CRIOLLA 2016	$ 40.140.000
CPS 2016 - 0023	CUNDINAMARCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE FUSAGASUGÁ	PRESTACIÓN DE SERVICIOS ARTÍSTICOS DE MAELO RUIZ Y JEAN CARLOS CENTENO EN EXPOFUSA 2016	$ 113.104.896
CPS No. 2015 - 0045	CUNDINAMARCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE FUSAGASUGÁ	PRESTACIÓN DE SERVICIOS ARTÍSTICOS DE MISTER BLACK Y FELIPE PELÁEZ EN EXPOFUSA 2015	$ 95.239.000

En general se ha podido contar con la prestación de servicios artísticos, para los eventos y actividades desarrolladas en el marco del Calendario de eventos culturales, turísticos y empresariales de Fusagasugá, Acuerdo No. 18 de 2019, por la ALCALDIA MUNICIPAL DE FUSAGASUGÁ durante las vigencias anteriores, por medio de la suscripción de contratos directos, permitiendo a la entidad hacer un uso eficiente de los recursos disponibles para tal fin, acogiendo la oferta más favorable para los intereses de la misma y de la comunidad fusagasugueña.

FIRMA

Nombre: VIVIANA LISETH ALVARADO ROCHA

Cargo: JEFE OFICINA DE TURISMO

FIRMA

GESTIÓN DOCUMENTAL:
Original: Dirección de Contratación
Nombre del archivo sistematizado: C:\Oficinadeturismo/2024/contratación/rumbacriolla
Proyectó: Yamil Arley Ortiz Cruz - Profesional Universitario
Revisó: Viviana Liseth Alvarado Rocha - Jefe Oficina de Turismo