ESTUDIO DEL SECTOR

OBJETO: AUNAR ESFUERZOS ENTRE LA CORPORACIÓN DE CULTURA Y TURISMO DE ARMENIA Y UNA ENTIDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO DE RECONOCIDA IDONEIDAD PARA LA REALIZACIÓN DE TRES (3) CAMPAÑAS DE CULTURA CIUDADANA, ORIENTADAS A LA CONSERVACION DEL PATRIMONIO CULTURAL, MEDIANTE EL USO DE LAS ARTES ESCENICAS EN EL MUNICIPIO DE ARMENIA.

El artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015 estipula que "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; en este se define, además, que la Entidad Estatal debe dejar constancia de este análisis en los Documentos del Proceso".

Asi mismo, el **ARTÍCULO 2.2.1.1.1.6.2. Determinación de los Requisitos Habilitantes.** Establece que la Entidad Estatal debe establecer los requisitos habilitantes en los pliegos de condiciones o en la invitación...

En el **ARTÍCULO 2.2.1.1.1.6.3. Evaluación del Riesgo.** Define que la Entidad Estatal debe evaluar el Riesgo que el Proceso de Contratación representa para el cumplimiento de sus metas y objetivos.

En consonancia con lo anterior Colombia Compra Eficiente ha expedido la Guia de elaboración de Estudios del Sector, la cual en el capítulo II contiene las directrices para los estudios del sector en los procesos de Contratación de Mínima Cuantía, Contratación Directa y documentos tipo, y en esta describe que dichos estudios deben contener la siguiente estructura:

1. Aspectos generales del mercado.
2. Modelo de Abastecimiento Estratégico
3. Comportamiento del gasto histórico- Estudio de la demanda
4. Estudio de la oferta
5. Estudio del mercado
6. Conclusiones del Estudio del Sector

1. ASPECTOS GENERALES

1.1. IDENTIFICACION DEL SECTOR Y EL BIEN

En Colombia se ha clasificado en tres grandes grupos los sectores económicos atendiendo la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), y tiene como propósito principal organizar y analizar la actividad económica del país para la toma de decisiones en diferentes niveles, y entender que áreas de la dinámica del mercado interno requieren más atención en productos, bienes y servicios, así:

Sector primario (AGROPECUARIO)

El sector primario incluye la producción básica. También denominado sector agrícola, engloba aquellas actividades económicas que se relacionan con la obtención de bienes y productos que provienen directamente de la naturaleza. Es decir, se trata del producto "directo", que no ha obtenido ninguna conversión. La agricultura es la principal actividad que se desarrolla dentro de este sector (sector agrícola), y se define como el conjunto de

conocimientos y herramientas necesarias para la obtención de productos vegetales a través de su cultivo

Sector secundario (INDUSTRIAL)

El segundo de los sectores económicos de Colombia según la división clásica, es el sector secundario (industrial). La característica principal de este sector es que de él forman parte todos aquellos procedimientos industriales que tienen el objetivo de transformar las materias primas obtenidas del primer sector (agrícola). El producto final de estas transformaciones es aquel que ya se puede consumir. Dentro de este sector encontramos actividades económicas como: la minería, la construcción, las actividades textiles, etc.

Sector terciario (SERVICIOS)

El tercer sector económico es el de prestación de servicios, e incluye las actividades que tienen relación con este fin. Así, incluye las actividades que ofrecen/prestan algún tipo de servicio a la comunidad y a las empresas (es decir, a las personas en general). Algunas de las actividades que encontramos en el sector terciario son: la medicina, la enseñanza, el comercio, el turismo, las telecomunicaciones, las finanzas, etc. Se trata de un sector importante para que la economía fluya. Así, resulta imprescindible su correcto funcionamiento para que los sectores económicos de Colombia ya mencionados resulten más productivos.

De conformidad con lo anterior, el objeto del proceso es: AUNAR ESFUERZOS ENTRE LA CORPORACIÓN DE CULTURA Y TURISMO DE ARMENIA Y UNA ENTIDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO DE RECONOCIDA IDONEIDAD PARA LA REALIZACIÓN DE TRES (3) CAMPAÑAS DE CULTURA CIUDADANA, ORIENTADAS A LA CONSERVACION DEL PATRIMONIO CULTURAL, MEDIANTE EL USO DE LAS ARTES ESCENICAS EN EL MUNICIPIO DE ARMENIA, y se encuentra ubicado en el sector terciario, sector en el que se incluyen nuestras actividades de servicios artísticos y culturales según el estándar ciiu.

Del mismo modo, en el numeral 1 del Artículo 2.2.1.1.2.1.3 del Decreto 1082 de 2015, el cual indica que se debe señalar la descripción técnica detallada y completa del bien o servicio objeto del contrato, identificando el clasificador de Bienes y Servicios hasta el cuarto nivel de ser posible, criterio sobre el que las condiciones del bien o servicio a contratar serían las siguientes:

Código - Segmento	Código - Familia	Código - Clase	Código - Producto	Nombre - Producto
9300000	93140000	93141700	93141702	SERVICIOS DE PROMOCION CULTURAL
9300000	93140000	93141700	93141707	SERVICIOS DE PRESERVACION O PROMOCION DEL PATRIMONIO CULTURAL
9300000	93140000	93141500	93141500	SERVICIOS DE POLITICA SOCIAL

Identificación del BIEN O SERVICIO en el Plan de desarrollo Municipal

Proyecto 96

Más oportunidades para el Arte y la Cultura

La Corporación de Cultura y Turismo de Armenia siendo un establecimiento descentralizado del Municipio de Armenia, tiene dentro de su misionalidad el cumplimiento del Plan de Desarrollo Municipal de acuerdo a los programas presupuestales que le fueron asignados en el banco de programas y proyectos de la Alcaldía de Armenia.

Al respecto para la vigencia fiscal 2026 se encuentra en ejecución el Plan de Desarrollo municipal 2024-2027: denominado "ARMENIA CON MAS OPORTUNIDADES", el cual contempla el proyecto 96 con las siguientes características:

Línea Estratégica:	ARMENIA TERRITORIO SOCIAL
Sector 33:	Cultura
Programa presupuestal:	Promoción y acceso efectivo a procesos culturales y artísticos
Producto:	Servicio de circulación artística y cultural
Rubro:	2.3.2.02.02.009.3301073.2024630010096.96290-2
Actividades del proyecto relacionadas con el producto	Realizar Programas de Cultura Ciudadana Promoviendo la Conservación del Patrimonio Cultural.

Como se ha expuesto en estos estudios, las campañas de cultura ciudadana son eventos corporativos que hacen parte de nuestros programas institucionales y hacen parte de nuestro objeto misional por medio del cual se pretende preservar y consolidar parte del patrimonio cultural inmaterial, y con el que se exalten las tradiciones regionales y ancestrales, y permite involucrar la población del municipio y los turistas que con el motivo de la celebración de nuestra fiestas aniversarias nos visita para disfrutar de nuestras hermosas tierras y conocer de nuestra cultura.

En tal sentido y con el fin de cumplir con el programa institucional para los interesados se solicitó que cumplan con las siguientes características técnicas.

Características técnicas

	REQUERIMIENTOS TECNICOS		Cant	VALOR UNITARIO	VALOR UNITARIO IVA	VALOR TOTAL
AMPAÑA CULTURA CIUDADANA 1. ARTE Y ESPACIO PUBLICO, 2. RUTA MUSEISTICA, 3. CONTAMINACION A1:F14	ACTIVIDADES	PERSONAL MÍNIMO REQUERIDO				
	EL contratista deberá diseñar y ejecutar tres campañas de cultura ciudadana con tres ejes temáticos: 1. ARTE Y ESPACIOS PÚBLICO. 2. RUTA MUSEISTICA 3. CONTAMINACIÓN	AGRUPACIONES ARTÍSTICAS: dos (02) del área de teatro y una (01) del área de música del género Hip Hop y Rap, conformadas cada una por mínimo tres (03) artistas y contar con mínimo seis (06) años de trayectoría certificada.	3			$ -
		OPERADOR TECNICO Y LOGÍSTICO: Persona natural con experiencia acreditada de mínimo seis (06) meses como operador logístico y/o en operación ténica de eventos culturales.	1			$ -
		COORDINADOR ARTÍSTICO: Profesional titulado en areas artísticas (artes escenicas, visuales, musicales) o afines, con especialización en Gestión Cultural.	1			$ -

		TECNOLOGO EN COMUNICACIÓN: Persona natural con título tecnologico en comunicacion publicitaria.	1			$ -
		APOYO LOGÍSTICO: Dos (02) persona naturales de apoyo logístico, con experiencia mínima de dos (02) años en apoyo logístico de eventos y/o actividades culturales	2			$ -
		ESCENOGRAFÍA Y UTILERIA (EQUIPO MÍNIMO REQUERIDO POR INTERVENCIÓN)				$ -
		ESCENOGRAFÍA Y UTILERIA				$ -
	Dichas campañas estarán compuesta por 11 intervenciones urbanas cada una, con una duración aproximada de 40 minutos y una actividad de cierre con la participación de las 3 agrupaciones artísticas (evento final)	Elementos necesarios para el montaje de espacios de trabajo.	3			$ -
		SONIDO Y AUDIOVISUALES				$ -
		Elementos necesarios para la puesta en funcionamiento del sonido y audiovisuales: 4 Cabinas Activas de Mínimo 12 Pulgadas, 4 Micrófonos, 3 Piañas, Cables de conexión y extensiones de energía electrica, 1 Saxofón, 1 Guitarra, Percusión. Tablet con capacidad de procesamiento de datos y de reproducción, Dispositivos para la repreocucción de beats con la aplicacion Groove a traves de tablet, Procesador Vocal Zoom V3	33			$ -
		TECNOLOGÍA				
	Se deberá interactuar con le público asistente, promoviendo la participación activa la conciencia ciudadana, la empatía y la reflexión colectiva, através de las artes escenicas como estrategia pedagógica.	Camaras profesionales o DLSR con capacidad de grabación en Full o superior, con microfono externo. Software de Edición Audiovisual Profesional , 1 Equipo de computo,	1			$ -
		INSUMOS ADICIONALES (ALIMENTACION Y BEBIDAS) El contratista deberá, proporcionar insumos de alimentación e hidratación a sus colaboradores	33			$ -
		ENTREGABLES (productos)				$ -
		3 Pendones, uno por cada eje temático (1. ARTE Y ESPACIO PUBLICO, 2. RUTA MUSEISTICA, 3. CONTAMINACION A1:F14)	3			$ -

		6 piezas digitales sobre las 3 campañas, para la promoción en redes sociales	6			$ -
	GASTOS ADMINISTRATIVOS		1			$ -
VALOR TOTAL						$ -

1.2. REGULATORIO

El Artículo 96 de la Ley 489 de 1998, desarrollado por el artículo 5° del Decreto 092 de 2017, que expresa:

"ARTÍCULO 5o. ASOCIACIÓN CON ENTIDADES PRIVADAS SIN ÁNIMO DE LUCRO PARA CUMPLIR ACTIVIDADES PROPIAS DE LAS ENTIDADES ESTATALES. Los convenios de asociación que celebren entidades privadas sin ánimo de lucro de reconocida idoneidad y Entidades Estatales para el desarrollo conjunto de actividades relacionadas con los cometidos y funciones que a estas les asigna la ley a los que hace referencia el artículo 96 de la Ley 489 de 1998, no estarán sujetos a competencia cuando la entidad sin ánimo de lucro comprometa recursos en dinero para la ejecución de esas actividades en una proporción pactada en un % del valor total del convenio. Los recursos que compromete la entidad sin ánimo de lucro pueden ser propios o de cooperación internacional.

1.3. OTROS ASPECTOS

Por ser un proceso de contratación con ESAL del sector cultura, las partes acogen las condiciones del decreto 092 de 2017 por medio del cual se reglamenta la contratación con entidades privadas sin ánimo de lucro a la que hace referencia el inciso segundo del artículo 355 de la constitución política, CORPOCULTURA.

2. MODELO DE ABASTECIMIENTO

A través de la utilización de la herramienta gasto histórico el cual hace parte del modelo de abastecimiento estratégico desarrollado por la agencia nacional de contratación pública - Colombia Compra Eficiente, se obtuvo la información correspondiente a los gastos e inversiones que realizó la Corporación de Cultura y turismo de Armenia en las siguientes categorías durante las vigencias 2020 A 2024 con la siguiente información:

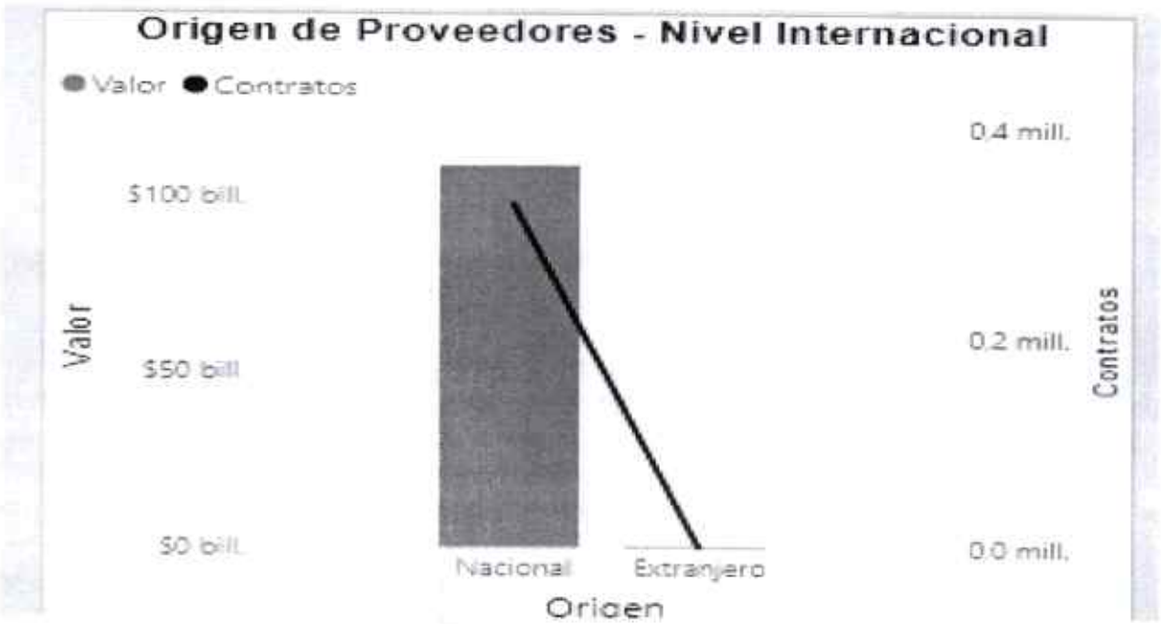
Códigos UNSPC: **93141500 – 93141700**
Nombre de entidad: **CORPORACION DE CULTURA Y TURISMO DE ARMENIA**
Plataforma: **SECOP II**
Modalidad de selección: **ESPECIAL**

Año	2024			2025			2026	
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación
9314 - Servicios comunitarios y sociales	$15.274.798.881.333	13,09%	27398	$14.643.711.082.313	12,55%	12870	$4.893.831.544.605	4,19%

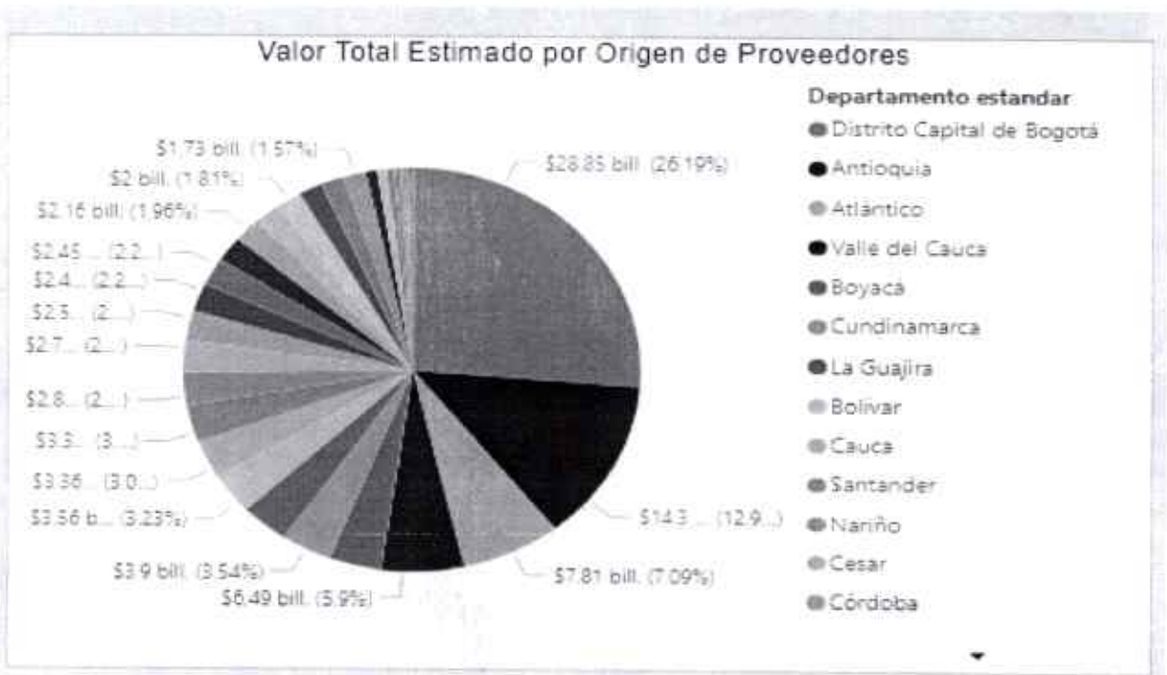
2.1. ESTUDIO DE LA OFERTA

El análisis de la oferta permite establecer que este tipo de servicio es proveido casi en su totalidad por proveedores nacionales y un muy bajo porcentaje es cubierto por

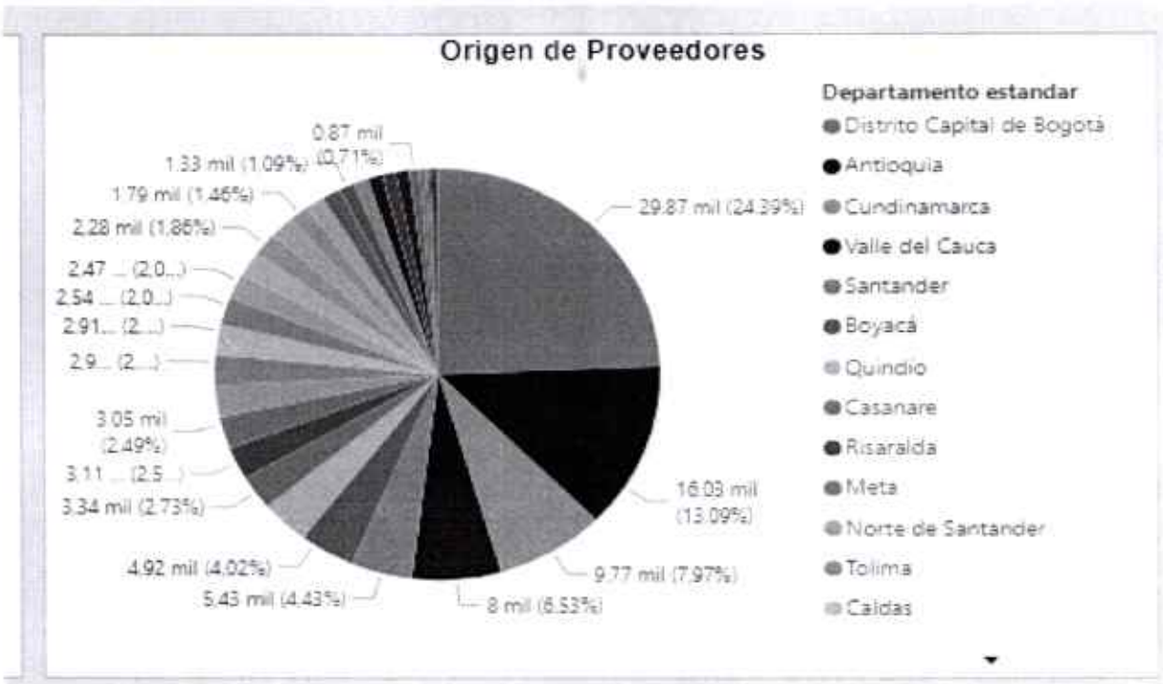
proveedores internacionales, esto en razón a que el servicio de promoción cultural es un sector que no requiere unas características únicas o que no se consigan en el país.



Con relación al origen de los proveedores de servicios culturales se evidencia que el principal proveedor es el distrito capital con 28,85 billones que representan el 26,19% del total del gasto de servicios culturales es quien mas servicios ofrece, seguido por Antioquia con $14,3 billones que representa el 12,9% del total, Atlántico con $7,81 billones que representan el 7,09% y Valle del cauca con $6,49 billones representa el 5,9% del total de los gastos en el sector son los proveedores más significativos.



Respecto de la representatividad según el origen se evidencia que el 24,39 de los proveedores son del distrito capital, el 13,09% son de Antioquia, el 7,97% son de Cundinamarca y el 6,53% son del valle del cauca y suman más del 50% de los proveedores nacionales, donde el Quindio solo representa el 4,03% de los proveedores de servicios culturales en el país..

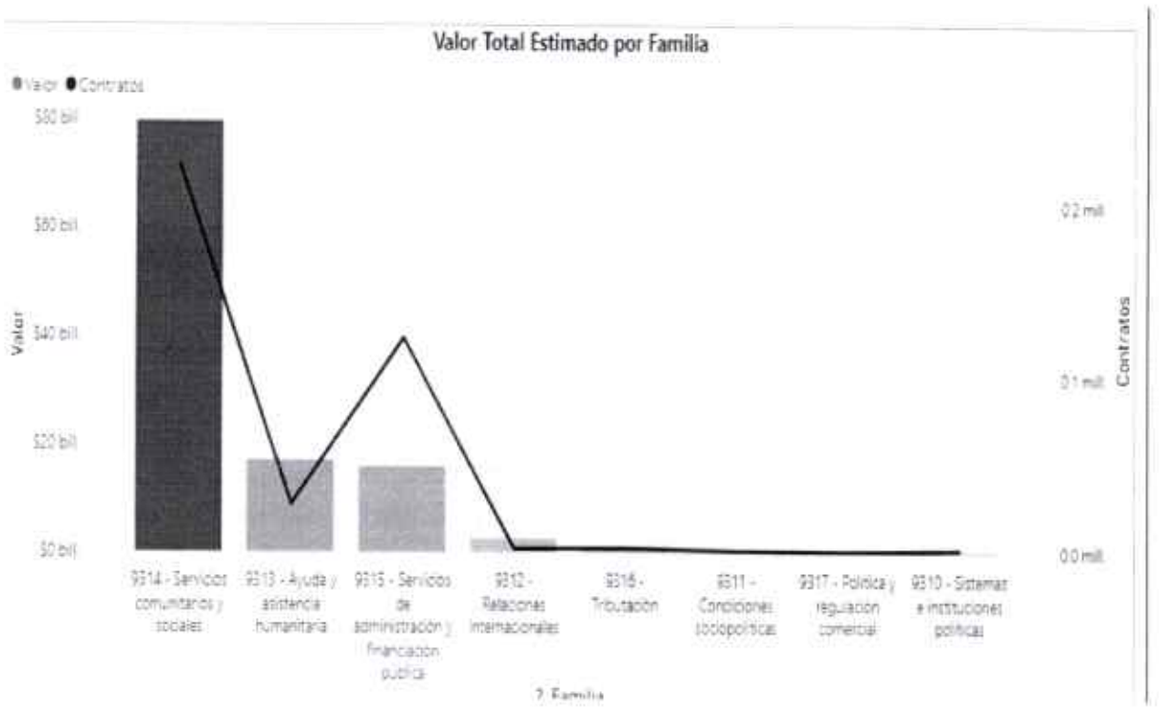


2.2. ESTUDIO DE LA DEMANDA

Los recursos del sector arte y cultura son ejecutados mayoritariamente mediante modalidad de régimen especial como se aprecia en la gráfica de recursos por modalidad tomada de Colombia compra eficiente, y esto obedece a que los recursos se asignan o vinculan a la ejecución con procesos de convocatorias en la que se evalúan proyectos del sector y se les asigna recursos para el desarrollo de las actividades propuestas.

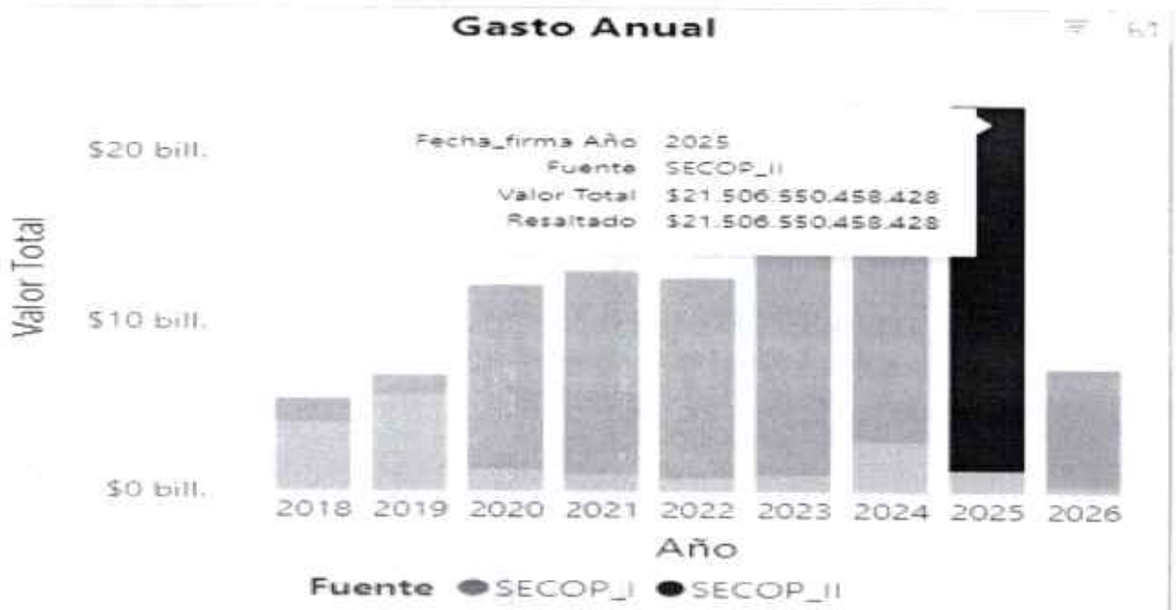


Asi mismo se aprecia que dentro de la modalidad el grupo 93 es la familia de gasto mas representativa con un acumulado de 80 billones en el gasto total de política cultural que representa 116 billones. En el contexto global de gastos e inversión en el país.



Al verificar el gasto anual en contratación especial se puede identificar un comportamiento creciente tomando como referencia las últimas 6 vigencias desde 2020 hasta la fecha.

En dicha ejecución se notan picos especiales en el 2024 y 2025 que ubican estas dos vigencias con una representatividad en el gasto siendo 2025 la vigencia más representativa en el comparativo de las ultimas vigencias y alcanzo un gasto de 21,5 billones en el global de 116 billones en las vigencias comparadas.

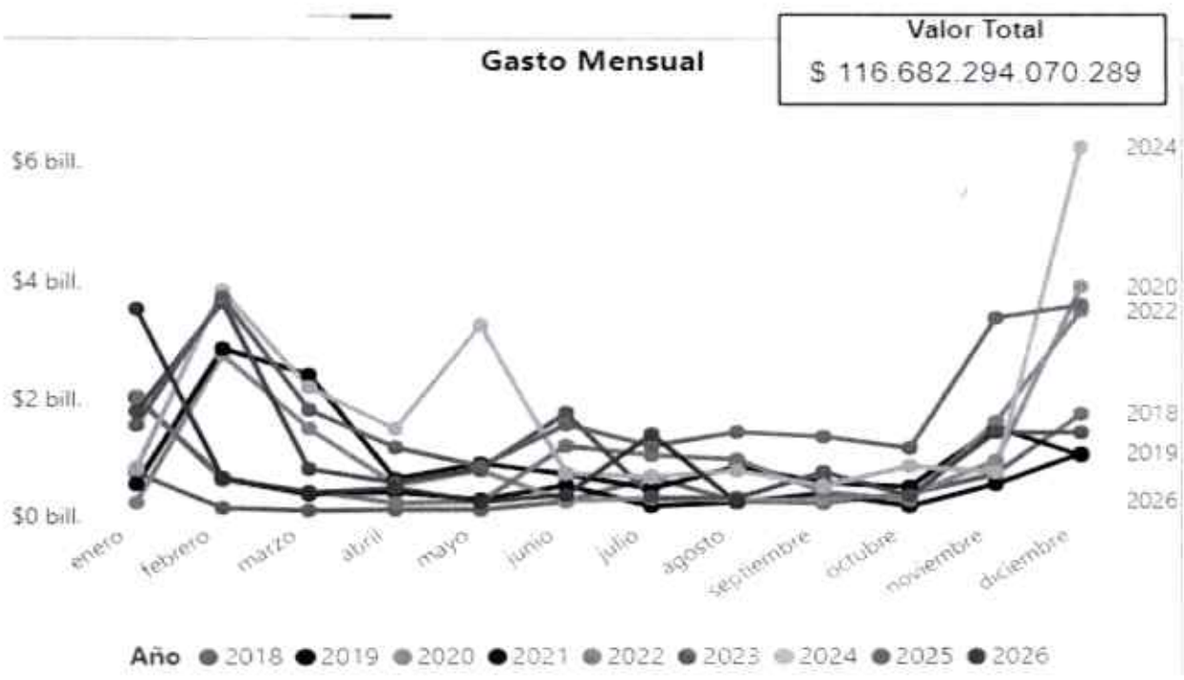


Así mismo se aprecia que el total de contratos resultantes por esta modalidad son 282 contratos en 2021, de los cuales en 2024 se ubicaron por encima de 40 mil y el 2025 por encima de 50 mil..

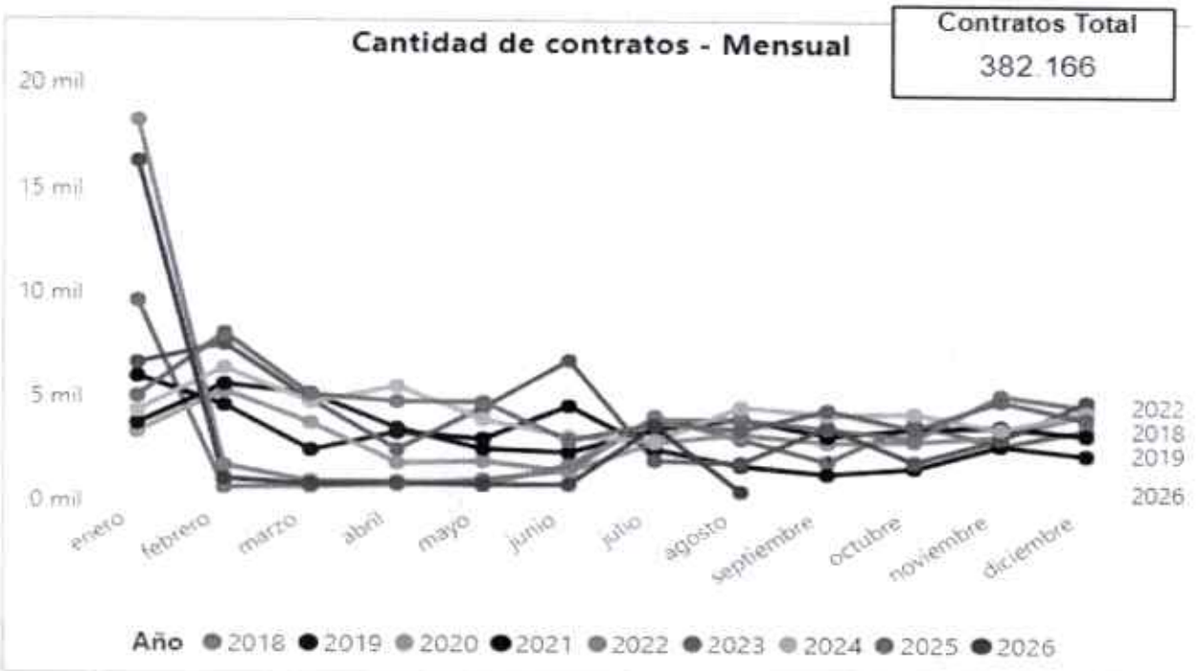
El comportamiento de contratación especial en la Corporación de Cultura y Turismo de Armenia muestra el pico más alto en el mes de octubre, esto obedece a que en este mes se realizan las fiestas aniversarias, lo cual hace que en el marco de estas festividades se realicen la mayoría de los programas institucionales y de actividades de promoción artística y cultural.



Al revisar los meses en los que se celebra mayor cantidad de contratos evidenciamos que los meses entre octubre y noviembre son los espacios que muestran picos más altos lo cual es consecuencia de los contratos que se realizan para ejecución de actividades en el marco de fiestas aniversarias.



Con relación a la cantidad de contrato se nota que los meses de enero y febrero agrupan la mayor cantidad de contratos celebrados y obedece a que las entidades incician ejecución de sus PAA contratando servicios de asuntos cívicos y de políticas culturales.



3. COMPORTAMIENTO HISTÓRICO

La Corporación de Cultura y Turismo de Armenia realiza sus estudio de Mercado y los integra en estos documentos, tal como se presenta a continuación: Inicialmente y por las características de las actividades y los productos esperados, la corporación establece un plan anual de compras en el que se incluye el presupuesto para todas actividades a desarrollar en la vigencia, estas actividades se asocian al plan de desarrollo municipal según el proyecto inscrito en el banco de proyectos, del cual hace parte las actividades que serán tenidas en cuenta para el presente proceso, así.

El proyecto se denomina "Más oportunidades para el arte y la cultura en Armenia", al que pertenece **el producto** "Servicio de circulación artística y cultural", producto que tiene como **actividad,** Realizar Programas de Cultura Ciudadana Promoviendo la Conservación del Patrimonio Cultural, y de este se desprenden campañas de cultura ciudadana

Proyecto	Producto plan de desarrollo	Actividad	PROGRAMA INSTITUCIONAL (indicador)
Más oportunidades para el arte y la cultura en Armenia	Servicio de circulación artística y cultural	Realizar Programas de Cultura Ciudadana Promoviendo la Conservación del Patrimonio Cultural.	Contenidos culturales en circulación

3.1. Adquisición del servicio en vigencias anteriores

Las campañas de cultura ciudadana son un programa que se realiza de manera continua en cada vigencia buscando fortalecer y mejorar la interacción ciudadana con la conservación de los espacios en los que se exponen obras en espacios públicos, comportamiento ante las expresiones artísticas entre otras.

Como reseña del histórico contratado en campañas de cultura ciudadana se traen para el estudio las últimas 5 vigencias, en las que se destacan algunas características de los contratos celebrados, así.

Programa institucional
CAMPAÑAS DE CULTURA CIUDADANA

País	Entidad Estatal	Referencia	Descripción	Fase actual	Fecha de publicación	Fecha de presentación de ofertas	Cuantía
	CORPORACION DE CULTURA Y TURISMO DE ARMENIA	CCTA-CONVASOC-067-2025	AUNAR ESFUERZOS ENTRE LA CORPORACIÓN DE CULTURA Y TURISMO DE ARMENIA Y UNA ENTIDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO DE RECONOCIDA IDONEIDAD PARA LA REALIZACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CULTURA CIUDADANA, PARA SER DESARROL	Presentación de oferta	21/11/2025 5:38 PM (UTC -5 Hora)	25/11/2025 5:00 PM (UTC -5 Hora)	49.599.930 COP
	CORPORACION DE CULTURA Y TURISMO DE ARMENIA	CMC-014-2022	CAMPAÑA DE CULTURA CIUDADANA - CONVIVENCIA ESCOLAR	Presentación de oferta	21/07/2022 3:51 PM (UTC -5 Hora)	27/07/2022 9:00 AM (UTC -5 Hora)	27.788.930 COP
	CORPORACION DE CULTURA Y TURISMO DE ARMENIA	CMC-007-2022	REALIZAR UNA CAMPAÑA DE CULTURA CIUDADANA COMO UNA INICIATIVA PARA FOMENTAR LOS VALORES, ENFOCADA EN LA CONSERVACIÓN Y APROPIACIÓN DEL ARTE PUBLICO DE LA CIUDAD A TRAVÉS DE UN PRODUCTO AUDIOVISUAL QUE	Presentación de oferta	2/05/2022 8:11 AM (UTC -5 Hora)	5/05/2022 10:00 AM (UTC -5 Hora)	20.500.000 COP
	CORPORACION DE CULTURA Y TURISMO DE ARMENIA	CCTA-PSP-054-2022	APOYAR LA REALIZACION DE ACTIVIDADES DE CULTURA CIUDADANA	Presentación de oferta	28/01/2022 3:45 PM (UTC -5 Hora)	-	10.400.000 COP

Este referente de las últimas 5 vigencias en las que se realizaron campañas de cultura ciudadana en las últimas 5 vigencias fiscales nos permite tener un referente del recursos asignado en cada vigencia según la disponibilidad como se aprecia en el cuadro anterior.

3.2. ADQUISICION DE OTRAS ENTIDADES

Entidad Estatal	Referencia	Descripción	Fase actual	Fecha de publicación	Fecha de presentación de ofertas	Cuantía	Estado
MUNICIPIO DE MARINILLA	821582026	Prestar servicios de apoyo a la gestión para apoyar la implementación de estrategias de convivencia ciudadana y cultura ciudadana en el Municipio de Marinilla mediante la ejecución de actividades que	Presentación de oferta	19/09/2026 5:31 PM (UTC -5 Hora)	-	14.400.000 COP	Proceso adjudicado y celebrado
MUNICIPIO DE PITALITO	MP-SGS-CD-PS-121-2026	PRESTAR LOS SERVICIOS PROFESIONALES EN LA INSPECCION DE POLICIA DEL MUNICIPIO DE PITALITO EN EL FORTALECIMIENTO Y PROMOCIÓN DE LA CONVIVENCIA Y CULTURA CIUDADANA DEL MUNICIPIO DE PITALITO	Presentación de oferta	19/09/2026 5:20 PM (UTC -5 Hora)	-	14.332.500 COP	Proceso en evaluación y observaciones
INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y CIUDADANIA DE APARTADO	CPS-089-2026	PRESTACIÓN DE SERVICIOS APOYO A LA GESTIÓN EN LOS SERVICIOS BIBLIOTECARIOS ARTÍSTICOS CULTURALES Y DE CULTURA CIUDADANA EJECUTADOS EN LOS ESPACIOS A CARGO DE LA BIBLIOTECA MUNICIPAL FEDERICO GARCIA	Presentación de oferta	19/09/2026 10:21 AM (UTC -5 Hora)	-	7.457.100 COP	Proceso adjudicado y celebrado
INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y CIUDADANIA DE APARTADO	CPS-079-2026	PRESTACIÓN DE SERVICIOS APOYO A LA GESTIÓN EN LOS SERVICIOS BIBLIOTECARIOS COMO PROMOTOR DE LECTURA Y	Presentación de oferta	19/09/2026 9:49 AM (UTC -5 Hora)	-	7.457.100 COP	Proceso adjudicado y celebrado

Las campañas de cultura ciudadana en la Corporación de Cultura y Turismo de Armenia, son un programa institucional, para otras entidades públicas son actividades eventuales , razón por la cual la comparación se realiza con otros municipios a nivel nacional que

realizan o promueven campañas de cultura ciudadana, entendiendo que cada uno de ellos tiene sus características y entornos diferentes y que atienden su complejidad y desarrollo, no obstante para tener como referencia en los valores de sus presupuestos se toman los contratos de varias entidades del orden nacional, como se aprecia en el cuadro anterior.

4. EVALUACIÓN DE LA OFERTA

Al inicio del estudio de mercado se enviaron solicitudes de cotización a tres fundaciones que desarrollan este tipo de evento, estas son: fundación FUNARTECO, fundación COMUN UNIDAD y fundación KIMERA, de quienes se recibieron 3 cotizaciones que se tomaron como referente en el promedio que se expone en el siguiente cuadro.

CAMPAÑA CULTURA CIUDADANA 1. ARTE Y ESPACIO PUBLICO, 2. RUTA MUSEISTICA, 3. CONTAMINACION A1:F14

REQUERIMIENTOS TECNICOS		CANT	KIMERA valores unitarios	VALOR UNITARIO IVA	COMUN UNIDAD valores unitarios	VALOR UNITARIO IVA	ARTE ECO VALOR UNITARIO	VALOR UNITARIO IVA	VALOR PROMEDIO
ACTIVIDADES	**PERSONAL MÍNIMO REQUERIDO**								
EL contratista deberá diseñar y ejecutar tres campañas de cultura ciudadana con tres ejes temáticos: 1. ARTE Y ESPACIOS PÚBLICO. 2. RUTA MUSEISTICA 3. CONTAMINACIÓN	AGRUPACIONES ARTÍSTICAS: dos (02) del área de teatro y una (01) del área de música del género Hip Hop y Rap, conformadas cada una por mínimo tres (03) artistas y contar con mínimo seis (06) años de trayectoria certificada.	3	7600000	22800000	7800000	23400000	8000000	24000000	23400000
	OPERADOR TECNICO Y LOGÍSTICO: Persona natural con experiencia acreditada de mínimo seis (06) meses como operador logístico y/o en operación ténica de eventos culturales.	1	2400000	2400000	2500000	2500000	2600000	2600000	2500000
	COORDINADOR ARTÍSTICO: Profesional titulado en areas artísticas (artes escenicas, visuales, musicales) o afines, con especialización en Gestión Cultural.	1	3800000	3800000	4000000	4000000	4200000	4200000	4000000
	TECNOLOGO EN COMUNICACIÓN: Persona natural con titulo tecnologico en comunicacion publicitaria.	1	3100000	3100000	3000000	3000000	2800000	2800000	2966667
	APOYO LOGÍSTICO: Dos (02) persona naturales de apoyo logístico, con experiencia mínima de dos (02) años en apoyo logístico de eventos y/o actividades culturales	2	1600000	3200000	1500000	3000000	1400000	2800000	3000000
	ESCENOGRAFÍA Y UTILERIA (EQUIPO MÍNIMO REQUERIDO POR INTERVENCIÓN)								
Dichas campañas estarán compuesta por 11 intervenciones urbanas cada una, con una duración aproximada de 40 minutos y una actividad de cierre con la participación de las 3 agrupaciones	**ESCENOGRAFÍA Y UTILERIA**								
	Elementos necesarios para el montaje de espacios de trabajo.	3	1200000	3600000	1300000	3900000	1400000	4200000	3900000
	SONIDO Y AUDIOVISUALES								
	Elementos necesarios para la puesta en funcionamiento del sonido y audiovisuales: 4 Cabinas Activas de Mínimo 12 Pulgadas, 4 Micrófonos, 3 Piañas, Cables de conexión y	33	200000	6600000	200000	6600000	250000	8250000	7150000

	artísticas (evento final)	extensiones de energía electrica, 1 Saxofón, 1 Guitarra, Percusión. Tablet con capacidad de procesamiento de datos y de reproducción, Dispositivos para la repreocucción de beats con la aplicacion Groove a traves de tablet, Procesador Vocal Zoom V3								
		TECNOLOGÍA								
	Se deberá interactuar con le público asistente, promoviendo la participación activa la conciencia ciudadana, la empatía y la reflexión colectiva, através de las artes escenicas como estrategia pedagógica.	Camaras profesionales o DLSR con capacidad de grabación en Full o superior, con microfono externo. Software de Edición Audiovisual Profesional , 1 Equipo de computo,	1	1450000	1450000	1520000	1520000	1600000	1600000	1523333
		INSUMOS ADICIONALES (ALIMENTACION Y BEBIDAS)								
		El contratista deberá, proporcionar insumos de alimentación e hidratación a sus colaboradores	33	50000	1650000	60000	1980000	70000	2310000	1980000
		ENTREGABLES (productos)								0
		3 Pendones, uno por cada eje temático (1. ARTE Y ESPACIO PUBLICO, 2. RUTA MUSEISTICA, 3. CONTAMINACION A1:F14)	3	140000	420000	160000	480000	180000	540000	480000
		6 piezas digitales sobre las 3 campañas, para la promoción en redes sociales	6	60000	360000	70000	420000	80000	480000	420000
	GASTOS ADMINISTRATIVOS		1	4300000	4300000	4500000	4500000	4800000	4800000	4533333
VALOR TOTAL					53.680.000		55.300.000		**58.580.000**	**55.853.333**

Cabe mencionar que el presupuesto asignado para esta campaña será distribuido según los parámetros definidos para la convocatoria y que actualmente cuenta con un presupuesto programado que se ajusta y cubre el promedio arrojado por las cotizaciones de $55.853.333., toda vez que se tiene programado que las ESAL participantes aporten como mínimo $5.900.000 y la entidad programo disponibilidad presupuestal hasta por un monto de cincuenta millones de pesos $50.000.000.

5. Estudio del mercado

5.1. ECONOMICO

Producción del sector

Con la promulgación de la Ley 1834 de 2017, la cual establece que la Cuenta Satélite de Cultura debe ampliar, adecuar y actualizar su alcance, incorporando todos los sectores asociados a las industrias culturales y creativas, que conjugan la creación, la producción y la comercialización de bienes y servicios basados en contenidos digitales de carácter cultural, y/o aquellas que generen protección en el marco de los derechos de autor.[1]

[1] Dane cuenta satélite sector cultural (https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-satelite/cuenta-satelite-de-cultura-en-colombia)

La cuenta de producción de la Cuenta Satélite de Economía Cultural y Creativa (CSECC), permite medir el valor agregado generado en el proceso productivo de las actividades económicas asociadas a la cultura y la economía creativa, agrupadas en tres áreas: artes y patrimonio, industrias culturales y creaciones funcionales.

Como se aprecia en la gráfica tomada del DANE las actividades que se desprenden del sector cultural viene creciendo de manera constante en cada vigencia generando dinámica comercial que fortalece el desarrollo sostenible de nuestro país, por estas razones y en consonancia con la nación nuestro municipio viene incrementando de manera continua el apoyo financiero al sector artístico y cultural en todas sus expresiones.

DANE

Cuenta Satélite de Economía Cultural y Creativa (CSECC)

Trabajo Equivalente a Tiempo Completo (TETC), según áreas y segmentos de la e

Número de puestos de trabajo

2021 - 2025*

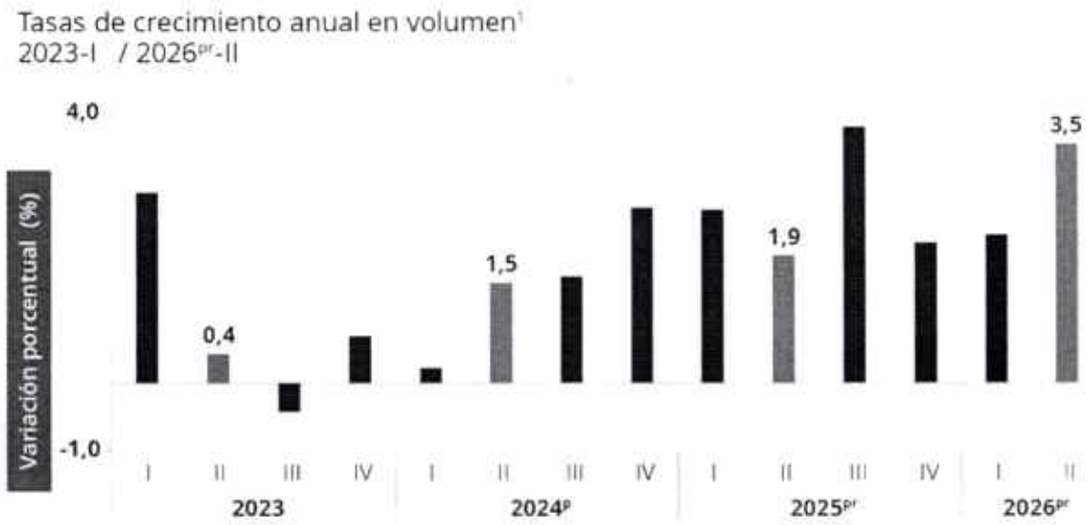
Áreas	Segmentos	2023 Total	2023 Asalariad os	2023 Independient es	2024 Total	2024 Asalariad os	2024 Independient es	2025* Total	2025* Asalariad os	2025* Independient es	2025* Total
Artes y patrimonio	Artes visuales, artes escénicas	44,472	8,575	36,735	45,710	8,364	37,286	49,745	8,210	33,758	41,971
	Turismo cultural y patrimonio	149,073	70,596	87,446	166,832	85,031	93,626	179,857	83,457	101,995	185,452
	Educación cultural y creativa; actividades asociativas y de regulación	68,544	58,419	14,575	69,594	57,273	16,418	73,631	67,566	17,137	76,703
	Subtotal área artes y patrimonio	**256,438**	**142,980**	**138,356**	**281,336**	**150,668**	**147,825**	**298,092**	**163,276**	**152,650**	**315,726**
Industrias culturales	Editorial; agencias de noticias y otros servicios de información	24,876	16,829	9,817	26,646	17,310	9,626	25,936	16,628	9,858	26,533
	Audiovisual; fonográfica	58,858	40,542	19,881	60,243	48,221	20,832	68,933	46,228	22,661	69,889
	Subtotal área industrias culturales	**83,434**	**57,370**	**29,698**	**86,888**	**65,641**	**30,229**	**95,869**	**62,863**	**32,559**	**96,422**
Creaciones funcionales	Medios digitales y software; portales Web; actividades de desarrollo de sistemas informáticos (planificación, análisis, diseño, programación, pruebas)	139,637	129,475	30,071	159,546	123,149	30,227	153,376	136,819	33,277	169,096
	Diseño	39,600	18,236	25,382	43,618	17,314	32,556	49,470	13,298	23,541	36,839
	Publicidad	52,248	52,232	46,836	99,068	55,410	49,684	104,097	48,892	45,919	94,812
	Subtotal área creaciones funcionales	**271,585**	**199,933**	**102,289**	**302,202**	**196,476**	**181,467**	**297,943**	**197,410**	**102,737**	**300,947**
	Total	611,449	400,283	270,263	670,526	412,585	279,320	691,905	423,549	288,746	712,295

Ocupación en el sector

Con relación a la ocupación el DANE publicó un consolidado en el que muestra que el sector cultural contribuye de manera dinámica en un promedio de 780mil ocupados por vigencia y de los cuales en 2024 alrededor de 533mil son ocupados directos del sector y 273mil son ocupados indirectos del sector



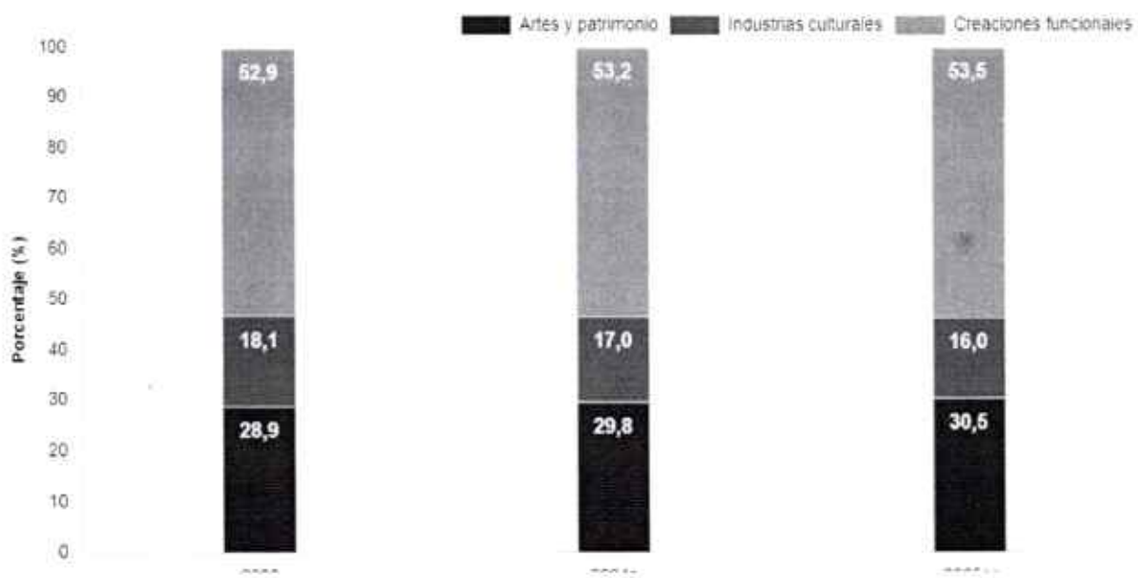
Con relación al crecimiento del sector cultural en el agregado nacional muestra un comportamiento creciente el cual en 2023 crecio en el 0,4%, ya en el 2024 el sector creció 1,5%, en 205 el creciente fue del 1,9% y en lo corrido del 2026 el crecimiento alcanza 3,5%, lo cual evidencia la reactivación del sector y el crecimiento en los servicios de este renglón.



Con relación a los tipos de servicios y la participación en el agregado nacional muestra que en 2023 este renglón represento el 28,9%, el 2024 representó el 29,8% y el 2025 representó el 30,5%, lo cual no solo muestra un comportamiento sostenido del sector sino que además es representativo en el agrado nacional.

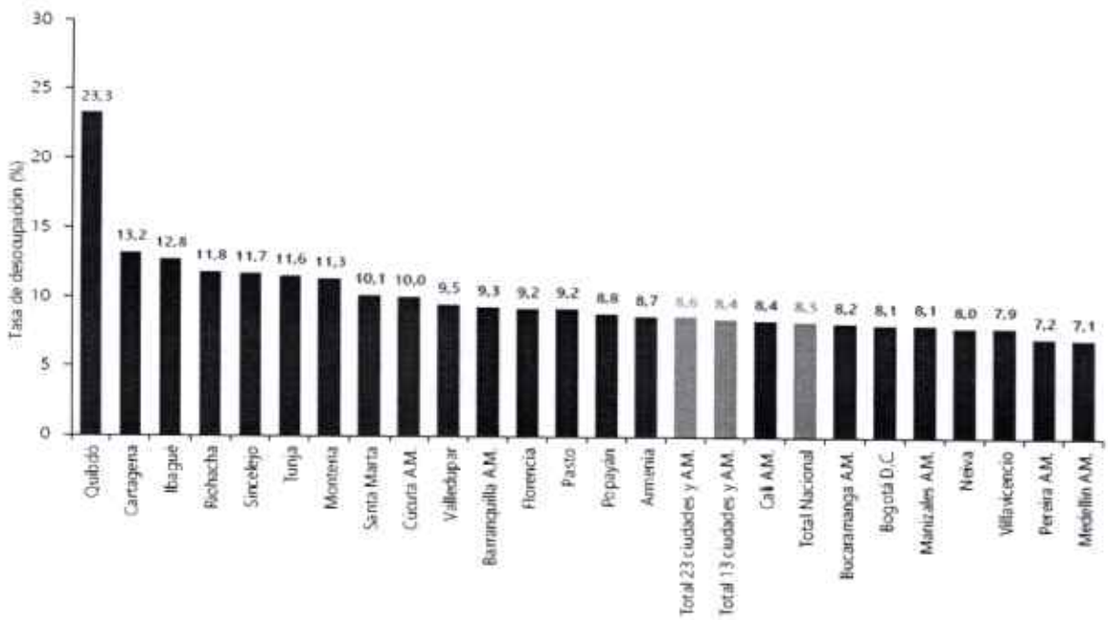
Cuenta Satélite de Economía Cultural y Creativa (CSECC)

Participación porcentual del valor agregado bruto de la economía cultural y creativa, según área[1]
Total nacional
(2023 - 2025pr)



Respecto de la ocupación en el contexto nacional muestra que Armenia tiene una tasa de desocupación del 8,7% que la ubica por encima del promedio nacional con el puesto 15 entre las 23 principales ciudades en las que se mide esta tasa.

Gráfico 6. Tasa de desocupación según ciudades
Total nacional y 23 ciudades y áreas metropolitanas
Abril - junio 2026



Al verificar el estado de ocupación según el género permite identificar que el sector genera mayor ocupación en hombres que mujeres, no obstante el crecimiento por vigencia es progresivo.

Tabla 1. Distribución porcentual, variación absoluta y contribución a la variación de la población ocupada según rama de actividad
Total nacional
Junio (2025 - 2026)

Rama de actividad	Total nacional				
	Junio 2025	Junio 2026	Distribución % 2026	Variación absoluta	Contribución en p.p.
Población ocupada	**23.753**	**24.459**	**100**	**706**	
Alojamiento y servicios de comida	1.768	2.057	8,4	289	1,2
Construcción	1.532	1.678	6,9	146	0,6
Transporte y almacenamiento	1.722	1.867	7,6	145	0,6
Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios	1.859	1.969	8,0	110	0,5
Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos	1.822	1.906	7,8	84	0,4
Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana	2.922	3.005	12,3	82	0,3
Actividades financieras y de seguros	435	481	2,0	47	0,2
Información y comunicaciones	367	386	1,6	20	0,1
Actividades inmobiliarias	306	303	1,2	-3	-0,0
Comercio y reparación de vehículos	4.131	4.109	16,8	-23	-0,1
Suministro de electricidad, gas, agua y gestión de desechos	782	755	3,1	-27	-0,1
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3.321	3.281	13,4	-40	-0,2
Industrias manufactureras	2.785	2.661	10,9	-125	-0,5

Estas graficas identifican estadísticamente la contribución del sector en la ocupación nacional y su aporte es significativo generando una dinámica creciente del sector con relación a otros renglones de la economía.

5.2. TECNICO

Para las campañas de cultura ciudadana que se quiere realizarse desde la preproducción, producción y postproducción, incluyendo la planificación artística, la coordinación del cronograma de las intervenciones urbanas con las agrupaciones participantes con tres temáticas centrales (arte público, movilidad y contaminación) buscando generar resultados, impactos y cumplimiento en los indicadores de bienestar en el municipio.

Dichas campañas deberán ser realizada y documentarse mediante videos y medos magnéticos que deberán entregarse a la entidad en formatos convencionales actuales o equivalentes, con edición profesional, corrección de color, diseño sonoro y créditos institucionales.

Las campañas además deberán garantizar su desarrollo en condiciones óptimas de calidad técnica y pertinencia cultural, incluyendo la planificación artística, la coordinación del cronograma de las intervenciones urbanas con las agrupaciones participantes y la articulación con los equipos técnico, logístico y audiovisual, asegurando la coherencia entre las tres temáticas centrales y los objetivos pedagógicos de las campañas. .

Por todas estas características consideramos que las campañas de cultura ciudadana son un mecanismo de acercamiento con los ciudadanos que buscan mejorar el comportamiento y la aceptación de eventualidades que conservan no solo el arte sino que promueven la convivencia ciudadana.

1. CAPACIDAD FINANCIERA

Si bien, el Decreto 092 de 2017 contempla que, por tratarse de contratación con entidades sin ánimo de lucro, NO se requiere inscripción y clasificación del proponente en el registro único de proponentes, se hace necesario que la ESAL aporte sus estados financieros con las respectivas notas avaladas por el Revisor Fiscal o Contador Público con corte al 31 de diciembre del año 2024, con la finalidad de verificar una capacidad financiera mínima habilitante, la cual consta de Índice de liquidez e índice de endeudamiento, se anota que no se tendrá en cuenta la razón de cobertura de interés toda vez que dicho indicador refleja la capacidad de la Entidad sin Ánimo de Lucro de cumplir con sus obligaciones financieras; es el resultado de dividir la Utilidad Operacional (UO), entre los Gastos de Intereses (GI), por lo que establecerlo desconoce la naturaleza de dichas personas jurídicas toda vez que las entidades privadas sin ánimo de lucro no tienen como propósito generar utilidades y como se evidencia, el indicador de razón de cobertura de interés es calculado de acuerdo a la Utilidad Operacional, lo cual afectaría a todas las entidades sin ánimo de lucro en razón a lo indicado anteriormente.

Así mismo, es importante anotar que si bien la Agencia Nacional De Contratación Pública- Colombia Compra Eficiente establece en su Guía para la contratación con entidades privadas sin ánimo de lucro y de reconocida idoneidad, el título denominado E. Indicadores de la eficiencia de la organización, el cual refiere dos indicadores a efecto de medir la eficiencia de la ESAL, no obstante lo anterior, al no tratarse de un documento vinculante para la entidad en razón a que no es una facultad atribuida por el ordenamiento jurídico a dicha agencia, la entidad no la aplicará por no considerar que los indicadores allí referenciados midan la aptitud de la ESAL para la ejecución del objeto contractual, ni aseguren la solidez financiera suficiente para cumplir los compromisos que adquiera en virtud de la celebración del convenio.

Por consiguiente, para realizar el cálculo de los indicadores de capacidad financiera, se utilizará como referente la información disponible entregada por los proveedores, acompañado de los certificados emitidos por contador o revisor según sea el caso, con

los que se podrán definir los indicadores de liquidez y endeudamiento.

De tal suerte que las entidades Interesadas en participar de los procesos relacionados con esta invitación deben acreditar dicha información en los que se evidencien los indicadores financieros de liquidez y de endeudamiento y como condición para la última vigencia el indicador de liquidez debe ser positivo o lo que es igual superior a 1 en la relación del indicador y para el caso del indicador de endeudamiento debe estar por debajo de 1 con respecto a la relación del indicador.

- **ÍNDICE DE LIQUIDEZ:**

Determina la capacidad que tiene una Entidad sin Ánimo de Lucro para cumplir con sus obligaciones de corto plazo. A mayor índice de liquidez, menor es la probabilidad de que la Entidad sin Ánimo de Lucro incumpla sus obligaciones de corto plazo. La siguiente es la fórmula aplicable para el cálculo del índice de liquidez, cuando la Entidad sin Ánimo de Lucro sea persona natural o persona jurídica: **(debe ser superior a 1)**

IL = (AC / PC)

AC = Activo Corriente PC = Pasivo Corriente IL = Índice de liquidez

- **NIVEL DE ENDEUDAMIENTO:**

Determina el grado de endeudamiento en la estructura de financiación de la Entidad sin Ánimo de Lucro. A mayor índice de endeudamiento, mayor es la probabilidad de la Entidad sin Ánimo de Lucro de no poder cumplir con sus pasivos. Es el resultado de dividir el Pasivo Total (PT), entre el Activo total (AT) y se calculará así: La siguiente es la fórmula aplicable para el cálculo del nivel de endeudamiento, cuando la Entidad sin Ánimo de Lucro que se presente no se trate de oferente plural: **(debe ser inferior a uno 1)**

NE = (PT/AT)

N E = Nivel de Endeudamiento P T = Pasivo Total A T = Activo Total

En ese sentido la ESAL deberá aportar documento de certificación expedido por el contador público independiente o revisor fiscal, según sea el caso, en el cual se acredite que los estados financieros comparativos fueron efectivamente auditados por ellos o los estados financieros de la ESAL debidamente dictaminados. Deberá acompañarse con copia legible de la cedula de ciudadanía del contador, así como copia legible de la tarjeta profesional y antecedentes profesionales vigentes.

PLAZO DE EJECUCIÓN: El plazo de ejecución del contrato será de 60 días calendario, contados a partir de la fecha de suscripción en la plataforma transaccional, previo cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución, sin que de ninguna manera supere la vigencia 2026.

LUGAR DE EJECUCIÓN: El lugar de ejecución será la ciudad Armenia – Quindío en el sitio que se acuerde con la Corporación.

Amparo presupuestal: de acuerdo a la viabilidad financiera No. 2026-6085 con el certificado de Disponibilidad Presupuestal No. 306 del 27 de julio de 2026, con cargo al

rubro presupuestal con código 2.3.2.02.02.009.3301073.2024630010096.96290-2 y 2.3.2.02.02.009.3301073.2024630010096.96290-12.

6. CONCLUSIONES

1- **El proyecto** por medio del cual se asignó recursos para esta actividad se denomina "Más oportunidades para el arte y la cultura en Armenia", a este pertenece **el producto** "Servicio de circulación artística y cultural", producto que tiene como **actividad,** Programas De Cultura Ciudadana promoviendo la conservación de nuestro patrimonio cultural, y de este se desprenden las campañas de cultura ciudadana.

2- Los impuestos, tasas y contribuciones que surjan con ocasión del contrato a ejecutar correrán por cuenta del proveedor, y se encuentran debidamente regulados por los Acuerdo Municipales adoptados por el Municipio de Armenia y disposiciones nacionales aplicables al tipo de entidad con los cuales se gravan los contratos que suscriban las entidades descentralizadas del orden municipal.

3- Conforme al resultado de las cotizaciones recibidas y de acuerdo con la Disponibilidad Presupuestal de la Entidad, se estima que el Convenio que se pretende celebrar con una Entidad Sin Ánimo de Lucro (ESAL), podrá ascender a la suma de cincuenta y cinco millones novecientos mil pesos m/cte $55.900.000, de los cuales quienes deseen participar deberán aportar como mínimo los $5.900.000 que corresponden al 10,55% del valor del convenio y Corpocultura aportara hasta $50.000.000, montos incluido iva, impuestos y descuentos aplicables al tipo de entidad.

ERICA FERNANDA FALLA GARCIA
DIRECTORA
CORPORACION DE CULTURA Y TURISMO

Elaboro: Pedronel Toro Lopez, Profesional de apoyo área jurídica Corpocultura
Reviso: Jhon Fredy Muñoz Ramirez, Abogado de apoyo, área jurídica Corpocultura
Reviso: Erika Johanna Restrepo Betancurth, Abogada de apoyo, área jurídica Corpocultura

Gmail Jurídica Corpocultura <juridica.corpocultura@gmail.com>

Fwd: SOLICITUD DE COTIZACION PARA DETERMINAR EL VALOR EN PROCESO COMPETITIVO SEÑALADO EN EL DECRETO 092 DE 2017

1 mensaje

erika johanna restrepo betancurth <erikarestrepob@gmail.com> 2 de septiembre de 2026 a las 11:25
Para: juridica.corpocultura@gmail.com

---------- Forwarded message ---------
De: **Camilo Parra** <camiloparra0426@gmail.com>
Date: lun, 31 ago 2026 a la(s) 12:38 p.m.
Subject: Fwd: SOLICITUD DE COTIZACION PARA DETERMINAR EL VALOR EN PROCESO COMPETITIVO SEÑALADO EN EL DECRETO 092 DE 2017
To: erikarestrepob@gmail.com <erikarestrepob@gmail.com>

---------- Mensaje reenviado ---------
De: **Atención al Cliente Corpocultura** <atencioncliente.corpocultura@gmail.com>
Fecha: El lun, 31 ago. 2026 a la(s) 8:37 a.m.
Asunto: Fwd: SOLICITUD DE COTIZACION PARA DETERMINAR EL VALOR EN PROCESO COMPETITIVO SEÑALADO EN EL DECRETO 092 DE 2017
Para: <Camiloparra0426@gmail.com>, bandasinfonica.corpocultura@gmail.com <bandasinfonica.corpocultura@gmail.com>

Atentamente,

MARIA CAMILA SANCHEZ SANCHEZ
Atención al Cliente
Corporación de Cultura y Turismo de Armenia
Contacto: 318 340 11 85
Email: direccion.corpocultura@gmail.com
Carrera 19 entre Calles 26 y 29
Edificio Republicano de la Antigua estación del Ferrocarril
Armenia

Horario de Atención al público:
Lunes y viernes de 8:00 a.m. a 12 m y de 2 pm a 5:00 p.m.
Lineas Telefónicas: 318 340 11 85
Correo institucional: atencioncliente.corpocultura@gmail.com
atencionalcliente@corpocultura.gov.co
Página web: www.corpocultura.gov.co
Facebook: Corporación de Cultura y Turismo de Armenia

---------- Forwarded message ---------
De: **Comun Unidad Arte y Comunicación** <comununidad09@gmail.com>
Date: vie, 28 ago 2026 a las 16:59
Subject: Re: SOLICITUD DE COTIZACION PARA DETERMINAR EL VALOR EN PROCESO COMPETITIVO SEÑALADO EN EL DECRETO 092 DE 2017
To: Atención al Cliente Corpocultura <atencioncliente.corpocultura@gmail.com>

Armenia, 28 de agosto de 2026

Doctora

ERICA FERNANDA FALLA GARCIA
Directora
Corporación de Cultura y Turismo de Armenia
La Ciudad.

Asunto: Cotización para determinar el valor en proceso competitivo señalado en el Decreto 092 de 2017.

De la manera más atenta nos permitimos enviar cotización solicitada por La Corporación de Cultura y Turismo de Armenia CORPOCULTURA, para dar inicio al proceso competitivo, conforme a lo señalado en el Decreto Nacional 092 de 2017, con el fin de suscribir CONVENIO DE ASOCIACIÓN, el cual busca la ejecución del siguiente objeto: "AUNAR ESFUERZOS ENTRE LA CORPORACIÓN DE CULTURA Y TURISMO DE ARMENIA Y UNA ENTIDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO DE RECONOCIDA IDONEIDAD, PARA LA REALIZACIÓN DE TRES (3) CAMPAÑAS DE CULTURA CIUDADANA ORIENTADAS A LA CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL, MEDIANTE EL USO DE LAS ARTES ESCÉNICAS EN EL MUNICIPIO DE ARMENIA".

El vie, 28 ago 2026 a la(s) 10:55 a.m., Atención al Cliente Corpocultura (atencioncliente.corpocultura@gmail.com) escribió:

Buenos días,

Se remite nuevamente solicitud de cotización con modificaciones.

Por favor hacer caso omiso a las cotizaciones remitidas en correo anterior

Atentamente,

MARIA CAMILA SANCHEZ SANCHEZ
Atención al Cliente
Corporación de Cultura y Turismo de Armenia
Contacto: 318 340 11 85
Email: direccion.corpocultura@gmail.com
Carrera 19 entre Calles 26 y 29
Edificio Republicano de la Antigua estación del Ferrocarril
Armenia

Horario de Atención al público:
Lunes y viernes de 8:00 a.m. a 12 m y de 2 pm a 5:00 p.m.
Lineas Telefónicas: 318 340 11 85
Correo institucional: atencioncliente.corpocultura@gmail.com
atencionalcliente@corpocultura.gov.co
Página web: www.corpocultura.gov.co
Facebook: Corporación de Cultura y Turismo de Armenia

--
ARTE Y COMUNICACION

--

Antes de imprimir este mensaje, asegúrese de que sea necesario. El Medio Ambiente esta en nuestras manos.

AVISO LEGAL: Este correo electrónico contiene información confidencial. Si Usted no es el destinatario, le informo que no podrá usar, retener, imprimir, copiar, distribuir o hacer público su contenido, de hacerlo podría tener consecuencias legales. Si ha recibido este correo por error, por favor informe a esta dirección de correo electronico y bórrelo. Si usted es el destinatario, le solicitamos mantener reserva sobre el contenido, los datos o información de contacto del remitente y en general sobre la información de este documento y/o archivos adjuntos, a no ser que exista una autorización explicita.

COTIZACION COMUN UNIDAD.pdf
258K

Gmail Jurídica Corpocultura <juridica.corpocultura@gmail.com>

Fwd: SOLICITUD DE COTIZACION PARA DETERMINAR EL VALOR EN PROCESO COMPETITIVO SEÑALADO EN EL DECRETO 092 DE 2017

1 mensaje

erika johanna restrepo betancurth <erikarestrepob@gmail.com> 2 de septiembre de 2026 a las 11:25
Para: juridica.corpocultura@gmail.com

---------- Forwarded message ---------
De: **Camilo Parra** <camiloparra0426@gmail.com>
Date: lun, 31 ago 2026 a la(s) 12:38 p.m.
Subject: Fwd: SOLICITUD DE COTIZACION PARA DETERMINAR EL VALOR EN PROCESO COMPETITIVO SEÑALADO EN EL DECRETO 092 DE 2017
To: erikarestrepob@gmail.com <erikarestrepob@gmail.com>

---------- Mensaje reenviado ---------
De: **Atención al Cliente Corpocultura** <atencioncliente.corpocultura@gmail.com>
Fecha: El lun, 31 ago. 2026 a la(s) 8:45 a.m.
Asunto: Fwd: SOLICITUD DE COTIZACION PARA DETERMINAR EL VALOR EN PROCESO COMPETITIVO SEÑALADO EN EL DECRETO 092 DE 2017
Para: <Camiloparra0426@gmail.com>, bandasinfonica.corpocultura@gmail.com <bandasinfonica.corpocultura@gmail.com>

Atentamente,

MARIA CAMILA SANCHEZ SANCHEZ
Atención al Cliente
Corporación de Cultura y Turismo de Armenia
Contacto: 318 340 11 85
Email: direccion.corpocultura@gmail.com
Carrera 19 entre Calles 26 y 29
Edificio Republicano de la Antigua estación del Ferrocarril
Armenia

Horario de Atención al público:
Lunes y viernes de 8:00 a.m. a 12 m y de 2 pm a 5:00 p.m.
Líneas Telefónicas: 318 340 11 85
Correo institucional: atencioncliente.corpocultura@gmail.com
atencionalcliente@corpocultura.gov.co
Página web: www.corpocultura.gov.co
Facebook: Corporación de Cultura y Turismo de Armenia

---------- Forwarded message ---------
De: **Arte Eco** <funarteco@gmail.com>
Date: vie, 28 ago 2026 a las 17:22
Subject: Re: SOLICITUD DE COTIZACION PARA DETERMINAR EL VALOR EN PROCESO COMPETITIVO SEÑALADO EN EL DECRETO 092 DE 2017
To: Atención al Cliente Corpocultura <atencioncliente.corpocultura@gmail.com>

El vie, 28 ago 2026 a las 10:54, Atención al Cliente Corpocultura (<atencioncliente.corpocultura@gmail.com>) escribió:
Buenos días,

Se remite nuevamente solicitud de cotización con modificaciones.

Por favor hacer caso omiso a las cotizaciones remitidas en correo anterior

Atentamente,

MARIA CAMILA SANCHEZ SANCHEZ
Atención al Cliente
Corporación de Cultura y Turismo de Armenia
Contacto: 318 340 11 85
Email: direccion.corpocultura@gmail.com
Carrera 19 entre Calles 26 y 29
Edificio Republicano de la Antigua estación del Ferrocarril
Armenia

Horario de Atención al público:
Lunes y viernes de 8:00 a.m. a 12 m y de 2 pm a 5:00 p.m.
Lineas Telefónicas: 318 340 11 85
Correo institucional: atencioncliente.corpocultura@gmail.com
atencionalcliente@corpocultura.gov.co
Página web: www.corpocultura.gov.co
Facebook: Corporación de Cultura y Turismo de Armenia

--

Antes de imprimir este mensaje, asegúrese de que sea necesario. El Medio Ambiente esta en nuestras manos.

AVISO LEGAL: Este correo electrónico contiene información confidencial. Si Usted no es el destinatario, le informo que no podrá usar, retener, imprimir, copiar, distribuir o hacer público su contenido, de hacerlo podria tener consecuencias legales. Si ha recibido este correo por error, por favor informe a esta dirección de correo electronico y bórrelo. Si usted es el destinatario, le solicitamos mantener reserva sobre el contenido, los datos o información de contacto del remitente y en general sobre la información de este documento y/o archivos adjuntos, a no ser que exista una autorización explícita.

COTIZACION CORPO. ARTE ECO.pdf
181K

Gmail Jurídica Corpocultura <juridica.corpocultura@gmail.com>

COTIZACION CAMPAÑA

2 mensajes

Kymera Corporación Audiovisual <kymeracorporacionaudiovisual@gmail.com> 30 de agosto de 2026 a las 11:38

Para: Atención al Cliente Corpocultura <atencionalclientecorpocultura@armenia.gov.co>, Atención al Cliente Corpocultura <atencioncliente.corpocultura@gmail.com>, juridica.corpocultura@gmail.com

Buen dia, me permito adjuntar la cotización de la campaña de cultura ciudadana.

Quedo atento a sus comentarios.

Atentamente,

Karen Kaissal s.

COTIZACION CAMPAÑA.pdf
148K

erika johanna restrepo betancurth <erikarestrepob@gmail.com> 2 de septiembre de 2026 a las 11:27

Para: juridica.corpocultura@gmail.com

---------- Forwarded message ---------
De: **Camilo Parra** <camiloparra0426@gmail.com>
Date: lun, 31 ago 2026 a la(s) 12:38 p.m.
Subject: Fwd: COTIZACION CAMPAÑA
To: erikarestrepob@gmail.com <erikarestrepob@gmail.com>

---------- Mensaje reenviado ---------
De: **Atención al Cliente Corpocultura** <atencioncliente.corpocultura@gmail.com>
Fecha: El lun, 31 ago. 2026 a la(s) 8:46 a.m.
Asunto: Fwd: COTIZACION CAMPAÑA
Para: <Camiloparra0426@gmail.com>

Atentamente,

MARIA CAMILA SANCHEZ SANCHEZ
Atención al Cliente
Corporación de Cultura y Turismo de Armenia
Contacto: 318 340 11 85
Email: direccion.corpocultura@gmail.com
Carrera 19 entre Calles 26 y 29
Edificio Republicano de la Antigua estación del Ferrocarril
Armenia

Horario de Atención al público:
Lunes y viernes de 8:00 a.m. a 12 m y de 2 pm a 5:00 p.m.
Líneas Telefónicas: 318 340 11 85
Correo institucional: atencioncliente.corpocultura@gmail.com
atencionalcliente@corpocultura.gov.co
Página web: www.corpocultura.gov.co
Facebook: Corporación de Cultura y Turismo de Armenia

[El texto citado está oculto]

--

Antes de imprimir este mensaje, asegúrese de que sea necesario. El Medio Ambiente esta en nuestras manos.

AVISO LEGAL: Este correo electrónico contiene información confidencial. Si Usted no es el destinatario, le informo que no podrá usar, retener, imprimir, copiar, distribuir o hacer público su contenido, de hacerlo podría tener consecuencias legales. Si ha recibido este correo por error, por favor informe a esta dirección de correo electronico y bórrelo. Si usted es el destinatario, le solicitamos mantener reserva sobre el contenido, los datos o información de contacto del remitente y en general sobre la información de este documento y/o archivos adjuntos, a no ser que exista una autorización explícita.

COTIZACION CAMPAÑA.pdf
148K

Armenia, 28 de agosto de 2026

Doctora
ERICA FERNANDA FALLA GARCIA
Directora
Corporación de Cultura y Turismo de Armenia
La Ciudad.

Asunto: Cotización para determinar el valor en proceso competitivo señalado en el Decreto 092 de 2017.

Cordial saludo:

Por medio de la presente me permito realizar cotización solicitada por La Corporación de Cultura y Turismo de Armenia CORPOCULTURA, para dar inicio al proceso competitivo, conforme a lo señalado en el Decreto Nacional 092 de 2017, con el fin de suscribir CONVENIO DE ASOCIACIÓN, el cual busca la ejecución del siguiente objeto: "AUNAR ESFUERZOS ENTRE LA CORPORACIÓN DE CULTURA Y TURISMO DE ARMENIA Y UNA ENTIDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO DE RECONOCIDA IDONEIDAD, PARA LA REALIZACIÓN DE TRES (3) CAMPAÑAS DE CULTURA CIUDADANA ORIENTADAS A LA CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL, MEDIANTE EL USO DE LAS ARTES ESCÉNICAS EN EL MUNICIPIO DE ARMENIA". Por tal razón, nos permitimos solicitar cotización bajo los siguientes términos:

CAMPAÑAS	ESTRATEGIA ARTÍSTICA	NUMERO DE INTERVENCIONES	REQUERIMIENTOS TECNICOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR UNITARIO IVA	VALOR TOTAL
		PERSONAL MÍNIMO REQUERIDO					
PATRIMONIO: Campaña 1: Conservación de monumentos, esculturas y bienes culturales. Reconocimiento y valoración del patrimonio material e inmaterial.	Intervención musical urbana itinerante basada en los ritmos del Hip-Hop y el Rap. Se ejecutarán puestas en escena con beats y letras originales alusivas al cuidado de lo colectivo. La propuesta incluye un componente de interacción social directa, donde se invitará a la comunidad a participar	Once (11) intervenciones culturales urbanas	Agrupación Musical del género urbano, conformada por tres (3) artistas con mínimo seis (6) años de trayectoria.	1	$7.600.000		$7.600.000
			Agrupación teatral conformada por tres (3) artistas profesionales en procesos comunitarios, con más de 10 años de trayectoria	1	$7.600.000		$7.600.000
			Agrupación teatral conformada por tres (3) artistas profesionales con más de 10 años de trayectoria.	1	$7.600.000		$7.600.000

	activamente construyendo pequeñas rimas ajustadas al ritmo de la escena, fomentando la co-responsabilidad a través de lenguajes populares y emocionales.		OPERADOR TECNICO Y LOGÍSTICO: Persona natural con experiencia acreditada de mínimo seis (06) meses como operador logístico y/o en operación técnica de eventos culturales.	1	$2.400.000		$2.400.000
			COORDINADOR ARTÍSTICO: Profesional titulado en áreas artísticas (artes escénicas, visuales, musicales) o afines, con especialización en Gestión Cultural.	1	$3.800.000		$3.800.000
			TECNOLOGO EN COMUNICACIÓN: Persona natural con título tecnológico en comunicación publicitaria.	1	$3.100.000		$3.100.000
			APOYO LOGÍSTICO: Dos (02) personas naturales de apoyo logístico, con experiencia mínima de dos (02) años en apoyo logístico de eventos y/o actividades culturales	2	$1.600.000		$3.200.000
VIVE LOS MUSEOS: Campaña 2: Reconocer e incrementar las visitas a los espacios museales.	Performance callejero a cargo de una agrupación especializada en teatro popular y humor crítico. La puesta en escena visibilizará de manera lúdica y reflexiva la oferta de algunos museos y las conductas problemáticas que se puedan presentar, interpelando al ciudadano desde la ironía constructiva para generar autorregulación sin	Once (11) intervenciones culturales urbanas	**EQUIPO MÍNIMO REQUERIDO POR INTERVENCIÓN**				
			ESCENOGRAFÍA Y UTILERIA				
			Elementos necesarios para el montaje de espacios de trabajo: CAMPAÑA 2: Incluye diseño de vestuario temático, maquillaje de caracterización, utilería escénica adaptada al entorno urbano. CAMPAÑA 3: El equipo contará con vestuario específico, maquillaje, utilería de alto impacto visual.	3	$1.200.000		$3.600.000
			SONIDO Y AUDIOVISUALES				

	recurrir a la imposición normativa.		Elementos necesarios para la puesta en funcionamiento del sonido y audiovisuales: 4 Cabinas Activas de Mínimo 10 Pulgadas, 4 Micrófonos, 3 Pianas, Cables de conexión y extensiones de energía eléctrica, 1 Saxofón, 1 Guitarra, Percusión. Tablet con capacidad de procesamiento de datos y de reproducción, Dispositivos para la repreocucción de beats con la aplicacion Groove a traves de tablet, Procesador Vocal Zoom V3	33	$.200.000		$6.600.000
TURISMO RESPONSABLE, GESTIÓN AMBIENTAL Y CONCIENCIA ECOLÓGICA: Campaña 3.	Intervención de teatro social y comunitario en formato de performance itinerante. La metodología se centra en procesos de sensibilización ciudadana y construcción de memoria colectiva, transformando el espacio público en un aula abierta donde se cuestiona el impacto ambiental de nuestras acciones diarias y se promueve el respeto por el entorno compartido.	Once (11) intervenciones culturales urbanas	**TECNOLOGÍA**				
			Cámaras profesionales o DLSR con capacidad de grabación en Full o superior, con micrófono externo. Software de Edición Audiovisual Profesional , 1 Equipo de computo, para la realización Tres (3) videos conceptuales y de memoria (1 por cada temática) con una duración aproximada de cinco (5) minutos cada uno, editados y exportados en resolución Full HD (1920x1080p), listos para plataformas digitales y registro fotográfico de alta calidad técnica que capture una muestra representativa de las intervenciones.	**1**	$1.450.000		$1.450.000
			INSUMOS ADICIONALES (ALIMENTACION Y BEBIDAS)				
			El contratista deberá, proporcionar insumos de alimentación e hidratación a sus colaboradores	33	$50.000		$1.650.000

			ENTREGABLES (productos)				
			3 Pendones, uno por cada eje temático (1. Patrimonio: Conservación de monumentos, esculturas y bienes culturales. Reconocimiento y valoración del patrimonio material e inmaterial, 2. Vive los Museos. Reconocer e incrementar las visitas a los espacios museales, 3. TURISMO RESPONSABLE, GESTIÓN AMBIENTAL Y CONCIENCIA ECOLÓGICA)	3	$140.000		$420.000
			Diseño y Producción de Piezas digitales Flayers, reel y/o carrusel con registros fotográficos, sobre las 3 campañas, para la promoción en redes sociales	6	$60.000		$360.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS				1	$4.300.000		$4.300.000
TOTAL							$53.680.000

Cordialmente,

Karen Kaissal S.
41942419
Representante legal
Corporación Kymera
Nit 901248426-8
Cel 3137339952
Kymeracorporacionaudiovisual@gmail.com

FUNDACION ARTE – ECO

NIT. 900.967.413-3

Armenia, 28 de agosto de 2026

Doctora
ERICA FERNANDA FALLA GARCIA
Directora
Corporación de Cultura y Turismo de Armenia
La Ciudad.

Reciba un cordial saludo en nombre de la Fundación Arte Eco.

Cordial saludo:

Por medio de la presente me permito realizar cotización solicitada por La Corporación de Cultura y Turismo de Armenia CORPOCULTURA, para dar inicio al proceso competitivo, conforme a lo señalado en el Decreto Nacional 092 de 2017, con el fin de suscribir CONVENIO DE ASOCIACIÓN, el cual busca la ejecución del siguiente objeto: "AUNAR ESFUERZOS ENTRE LA CORPORACIÓN DE CULTURA Y TURISMO DE ARMENIA Y UNA ENTIDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO DE RECONOCIDA IDONEIDAD, PARA LA REALIZACIÓN DE TRES (3) CAMPAÑAS DE CULTURA CIUDADANA ORIENTADAS A LA CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL, MEDIANTE EL USO DE LAS ARTES ESCÉNICAS EN EL MUNICIPIO DE ARMENIA". Por tal razón, nos permitimos solicitar cotización bajo los siguientes términos:

CAMPAÑAS	ESTRATEGIA ARTÍSTICA	NUMERO DE INTERVENCIONES	REQUERIMIENTOS TECNICOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR UNITARIO IVA	VALOR TOTAL
		PERSONAL MÍNIMO REQUERIDO					
PATRIMONIO: Campaña 1: Conservación de monumentos, esculturas y bienes culturales. Reconocimiento y valoración del patrimonio	Intervención musical urbana itinerante basada en los ritmos del Hip-Hop y el Rap. Se ejecutarán puestas en escena con beats y letras originales alusivas al cuidado de lo colectivo. La	Once (11) intervenciones culturales urbanas	Agrupación Musical del género urbano, conformada por tres (3) artistas con mínimo seis (6) años de trayectoria.	1	$8.000.000		$8.000.000
			Agrupación teatral conformada por tres (3) artistas profesionales en procesos comunitarios. con más de 10 años de trayectoria	1	$8.000.000		$8.000.000

funarteco@hotmail.com funarteco@gmail.com
Cel. 320 7822923, 310 5441321
Calle 20 No. 26-34 Armenia, Quindío

material e inmaterial.	propuesta incluye un componente de interacción social directa, donde se invitará a la comunidad a participar activamente construyendo pequeñas rimas ajustadas al ritmo de la escena, fomentando la co-responsabilidad a través de lenguajes populares y emocionales.		Agrupación teatral conformada por tres (3) artistas profesionales con más de 10 años de trayectoria.	1	$8.000.000		$8.000.000
			OPERADOR TECNICO Y LOGÍSTICO: Persona natural con experiencia acreditada de mínimo seis (06) mese como operador logístico y/o en operación técnica de eventos culturales.	1	$2.600.000		$2.600.000
			COORDINADOR ARTÍSTICO: Profesional titulado en áreas artísticas (artes escénicas, visuales, musicales) o afines, con especialización en Gestión Cultural.	1	$4.200.000		$4.200.000
			TECNOLOGO EN COMUNICACIÓN: Persona natural con título tecnológico en comunicación publicitaria	1	$2.800.000		$2.800.000
			APOYO LOGÍSTICO: Dos (02) personas naturales de apoyo logistico, con experiencia mínima de dos (02) años en apoyo logistico de eventos y/o actividades culturales	2	$1.400.000		$2.800.000
			EQUIPO MÍNIMO REQUERIDO POR INTERVENCIÓN				
			ESCENOGRAFÍA Y UTILERIA				

VIVE LOS MUSEOS: Campaña 2: Reconocer e incrementar las visitas a los espacios museales.	Performance callejero a cargo de una agrupación especializada en teatro popular y humor crítico. La puesta en escena visibilizará de manera lúdica y reflexiva la oferta de algunos museos y las conductas problemáticas que se puedan presentar, interpelando al ciudadano desde la ironía constructiva para generar autorregulación sin recurrir a la imposición normativa.	Once (11) intervenciones culturales urbanas	Elementos necesarios para el montaje de espacios de trabajo: CAMPAÑA 2: Incluye diseño de vestuario temático, maquillaje de caracterización, utilería escénica adaptada al entorno urbano. CAMPAÑA 3: El equipo contará con vestuario específico, maquillaje, utilería de alto impacto visual.	3	$1.400.000		$4.200.000
			SONIDO Y AUDIOVISUALES				
			Elementos necesarios para la puesta en funcionamiento del sonido y audiovisuales: 4 Cabinas Activas de Mínimo 10 Pulgadas, 4 Micrófonos, 3 Piañas, Cables de conexión y extensiones de energía electrica, 1 Saxofón, 1 Guitarra, Percusión, Tablet con capacidad de procesamiento de datos y de reproducción, Dispositivos para la repreocucción de beats con la aplicacion Groove a traves de tablet, Procesador Vocal Zoom V3	33	$250.000		$8.250.000
			TECNOLOGÍA				

TURISMO RESPONSABLE, GESTIÓN AMBIENTAL Y CONCIENCIA ECOLÓGICA: Campaña 3.	Intervención de teatro social y comunitario en formato de performance itinerante. La metodología se centra en procesos de sensibilización ciudadana y construcción de memoria colectiva, transformando el espacio público en un aula abierta donde se cuestiona el impacto ambiental de nuestras acciones diarias y se promueve el respeto por el entorno compartido.	Once (11) intervenciones culturales urbanas	Camaras profesionales o DLSR con capacidad de grabación en Full o superior, con microfono externo. Software de Edición Audiovisual Profesional , 1 Equipo de computo, para la realización Tres (3) videos conceptuales y de memoria (1 por cada temática) con una duración aproximada de cinco (5) minutos cada uno, editados y exportados en resolución Full HD (1920x1080p), listos para plataformas digitales y registro fotográfico de alta calidad técnica que capture una muestra representativa de las intervenciones.	1	$1.600.000		$1.600.000
			INSUMOS ADICIONALES (ALIMENTACION Y BEBIDAS)				
			El contratista deberá, proporcionar insumos de alimentación e hidratación a sus colaboradores	33	$70.000		$2.310.000
			ENTREGABLES (productos)				
			Diseño y realización de 3 Pendones, uno por cada eje temático (1. Patrimonio: Conservación de monumentos, esculturas y bienes culturales. Reconocimiento y valoración del patrimonio material e inmaterial, 2. Vive los Museos. Reconocer e incrementar las visitas a los espacios museales, 3. TURISMO RESPONSABLE, GESTIÓN AMBIENTAL Y CONCIENCIA ECOLÓGICA)	3	$180.000		$540.000

			Diseño y Producción de Piezas digitales Flayers, reel y/o carrusel con registros fotográficos, sobre las 3 campañas, para la promoción en redes sociales	6	$80.000		$480.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS				1	$4.800.000		$4.800.000
TOTAL							$58.580.000

Cordialmente;

VALENTINA CAMELO RAMIREZ
C.C 1.094.965.852
Representante legal.

ONG COMUN-UNIDAD
ARTES Y COMUNICACIÓN
NIT: 801.003.330-5

Armenia, 28 de agosto de 2026

Doctora
ERICA FERNANDA FALLA GARCIA
Directora
Corporación de Cultura y Turismo de Armenia
La Ciudad.

Asunto: Cotización para determinar el valor en proceso competitivo señalado en el Decreto 092 de 2017.

De la manera más atenta nos permitimos enviar cotización solicitada por La Corporación de Cultura y Turismo de Armenia CORPOCULTURA, para dar inicio al proceso competitivo, conforme a lo señalado en el Decreto Nacional 092 de 2017, con el fin de suscribir CONVENIO DE ASOCIACIÓN, el cual busca la ejecución del siguiente objeto: "AUNAR ESFUERZOS ENTRE LA CORPORACIÓN DE CULTURA Y TURISMO DE ARMENIA Y UNA ENTIDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO DE RECONOCIDA IDONEIDAD, PARA LA REALIZACIÓN DE TRES (3) CAMPAÑAS DE CULTURA CIUDADANA ORIENTADAS A LA CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL, MEDIANTE EL USO DE LAS ARTES ESCÉNICAS EN EL MUNICIPIO DE ARMENIA". Por tal razón, nos permitimos solicitar cotización bajo los siguientes términos:

CAMPAÑAS	ESTRATEGIA ARTÍSTICA	NUMERO DE INTERVENCIONES	REQUERIMIENTOS TECNICOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR UNITARIO IVA	VALOR TOTAL
		PERSONAL MÍNIMO REQUERIDO					
PATRIMONIO: Campaña 1: Conservación de monumentos, esculturas y bienes culturales. Reconocimiento y valoración del patrimonio material e inmaterial.	Intervención musical urbana itinerante basada en los ritmos del Hip-Hop y el Rap. Se ejecutarán puestas en escena con beats y letras originales alusivas al cuidado de lo colectivo. La propuesta incluye un componente de interacción social directa, donde se invitará a la comunidad a participar activamente construyendo pequeñas rimas	Once (11) intervenciones culturales urbanas	Agrupación Musical del género urbano, conformada por tres (3) artistas con mínimo seis (6) años de trayectoria.	1	$7.800.000		$7.800.000
			Agrupación teatral conformada por tres (3) artistas profesionales en procesos comunitarios, con más de 10 años de trayectoria	1	$7.800.000		$7.800.000
			Agrupación teatral conformada por tres (3) artistas profesionales con más de 10 años de trayectoria.	1	$7.800.000		$7.800.000

	ajustadas al ritmo de la escena, fomentando la co-responsabilidad a través de lenguajes populares y emocionales.		OPERADOR TECNICO Y LOGÍSTICO: Persona natural con experiencia acreditada de mínimo seis (06) meses como operador logístico y/o en operación técnica de eventos culturales.	1	$2.500.000		$2.500.000
			COORDINADOR ARTÍSTICO: Profesional titulado en áreas artísticas (artes escénicas, visuales, musicales) o afines, con especialización en Gestión Cultural.	1	$4.000.000		$4.000.000
			TECNOLOGO EN COMUNICACIÓN: Persona natural con título tecnológico en comunicación publicitaria.	1	$3.000.000		$3.000.000
			APOYO LOGÍSTICO: Dos (02) personas naturales de apoyo logístico, con experiencia mínima de dos (02) años en apoyo logístico de eventos y/o actividades culturales	2	$1.500.000		$3.000.000
			EQUIPO MÍNIMO REQUERIDO POR INTERVENCIÓN				
			ESCENOGRAFÍA Y UTILERIA				

VIVE LOS MUSEOS: Campaña 2: Reconocer e incrementar las visitas a los espacios museales.	Performance callejero a cargo de una agrupación especializada en teatro popular y humor crítico. La puesta en escena visibilizará de manera lúdica y reflexiva la oferta de algunos museos y las conductas problemáticas que se puedan presentar, interpelando al ciudadano desde la ironía constructiva para generar autorregulación sin recurrir a la imposición normativa.	Once (11) intervenciones culturales urbanas	Elementos necesarios para el montaje de espacios de trabajo: CAMPAÑA 2: Incluye diseño de vestuario temático, maquillaje de caracterización, utilería escénica adaptada al entorno urbano. CAMPAÑA 3: El equipo contará con vestuario específico, maquillaje, utilería de alto impacto visual.	3	$1.300.000		$3.900.000
			SONIDO Y AUDIOVISUALES				
			Elementos necesarios para la puesta en funcionamiento del sonido y audiovisuales: 4 Cabinas Activas de Mínimo 10 Pulgadas, 4 Micrófonos, 3 Piañas, Cables de conexión y extensiones de energía eléctrica, 1 Saxofón, 1 Guitarra, Percusión. Tablet con capacidad de procesamiento de datos y de reproducción, Dispositivos para la repreocucción de beats con la aplicacion Groove a traves de tablet, Procesador Vocal Zoom V3	33	$.200.000		$6.600.000
			TECNOLOGÍA				

TURISMO RESPONSABLE, GESTIÓN AMBIENTAL Y CONCIENCIA ECOLÓGICA: Campaña 3.	Intervención de teatro social y comunitario en formato de performance itinerante. La metodología se centra en procesos de sensibilización ciudadana y construcción de memoria colectiva, transformando el espacio público en un aula abierta donde se cuestiona el impacto ambiental de nuestras acciones diarias y se promueve el respeto por el entorno compartido.	Once (11) intervenciones culturales urbanas	Cámaras profesionales o DLSR con capacidad de grabación en Full o superior, con micrófono externo. Software de Edición Audiovisual Profesional , 1 Equipo de computo, para la realización Tres (3) videos conceptuales y de memoria (1 por cada temática) con una duración aproximada de cinco (5) minutos cada uno, editados y exportados en resolución Full HD (1920x1080p), listos para plataformas digitales y registro fotográfico de alta calidad técnica que capture una muestra representativa de las intervenciones.	**1**	$1.520.000		$1.520.000
			INSUMOS ADICIONALES (ALIMENTACION Y BEBIDAS)				
			El contratista deberá, proporcionar insumos de alimentación e hidratación a sus colaboradores	33	$60.000		$1.980.000
			ENTREGABLES (productos)				

ONG COMUN-UNIDAD

ARTES Y COMUNICACIÓN

NIT: 801.003.330-5

			3 Pendones, uno por cada eje temático (1. Patrimonio: Conservación de monumentos, esculturas y bienes culturales. Reconocimiento y valoración del patrimonio material e inmaterial, 2. Vive los Museos. Reconocer e incrementar las visitas a los espacios museales, 3. TURISMO RESPONSABLE, GESTIÓN AMBIENTAL Y CONCIENCIA ECOLÓGICA)	3	$160.000		$480.000
			Diseño y Producción de Piezas digitales Flayers, reel y/o carrusel con registros fotográficos, sobre las 3 campañas, para la promoción en redes sociales	6	$70.000		$420.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS				1	$4.500.000		$4.500.000
TOTAL							$55.300.000

Cordialmente,

YASMINE ADRIANA CAMELO B
C.C. 41.923.895
REPRESENTANTE LEGAL
ONG COMUN UNIDAD
Correo: Comununidad09@gmail.com