ALCALDÍA DE ARMENIA

CORPORACIÓN DE CULTURA Y TURISMO DE ARMENIA

CCTA-GJ- ***993***

Armenia Quindío, 24 de agosto del 2026

Señores
CORPORACIÓN KIMERA
KAREN KAISSAL SALAZAR
Correo electrónico: kymeracorporacionaudiovisual@gmail.com
info@kimera-audiovisual.com
La Ciudad

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

Cordial saludo:

La Corporación de Cultura y Turismo de Armenia – CORPOCULTURA, se encuentra adelantando los trámites respectivos 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:

1. LUGAR DE ENTREGA Y PARÁMETROS DE LA COTIZACIÓN:

La cotización presentada por ustedes se recibirá dentro de los siguientes cinco (05) días calendario, los cuales empezarán a contar a partir del envío de la presente solicitud, la cual deberá ser remitida a los siguientes correos electrónicos: atencionalcliente@corpocultura.gov.co y/o juridica.corpocultura@gmail.com o radicarse en físico ante la Corporación de Cultura y Turismo de Armenia, ubicada en la Carrera 19A entre calles 26 y 29 Edificio Republicano - Estación del Ferrocarril, segundo piso. Armenia - Quindío

2. IMPUESTOS, TASAS Y RETENCIONES

Los impuestos, tasas y contribuciones que surjan con ocasión del convenio a ejecutar correrán por cuenta de la ESAL y se encuentran debidamente regulados por los Acuerdos Municipales adoptados por el Municipio de Armenia, los cuales gravan los contratos y/o convenios que suscriban las entidades descentralizadas del orden municipal.

Estampilla, Tasa o Contribución	Porcentaje Unitario	Porcentaje Total
Estampilla Pro-Cultura (Numeral 6 del artículo 160 del Acuerdo Municipal No. 229 de 2021)	1% si se trata de persona natural y los demás será del 1.5% del valor total del pago	9% ó 9.5%
Estampilla Pro-Bienestar del Adulto Mayor (Numeral 6 del artículo 169 del Acuerdo Municipal No. 229 de 2021)	2% del valor total del pago	
Estampilla Pro-Hospital Departamental Universitario del Quindío San Juan de Dios	2% del valor total del pago	

Estampilla, Tasa o Contribución	Porcentaje Unitario	Porcentaje Total
(Numeral 8.5 Artículo 5 de la Ordenanza No. 005 de 2005 - Entidades del Orden Municipal)		
Estampilla Pro-Justicia Familiar (Artículo 7 del Acuerdo Municipal No. 262 del 2022)	2% del valor total del pago	
Tasa Pro-Deporte y Recreación (Artículo 8 del Acuerdo Municipal No. 185 del 2020)	2% del valor total del pago	

Adicionalmente, se relacionan las cargas impositivas que se realizan a los contratos y/o convenios, las cuales son establecidas por el Gobierno Nacional y de acuerdo a las responsabilidades tributarias asignadas al RUT de cada oferente.

Concepto	Descripción
Retención en la fuente	El establecido por el Gobierno Nacional, de acuerdo con las responsabilidades tributarias asignadas en el RUT.
IVA (Impuesto al Valor Agregado)	El valor del producto o servicio debe tener IVA incluido, excepto para los servicios artísticos de artes escénicas.

NOTA: La ESAL se hace responsable del pago de los impuestos directos e indirectos, tasas, contribuciones o estampillas y demás gravámenes ocasionados por la celebración, ejecución y liquidación del convenio.

3. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS REQUERIDAS Y VALOR DE LA COTIZACION

La Corporación de Cultura y Turismo de Armenia requiere Para esta vigencia, y en cumplimiento con la Política Pública de Cultura, El Plan de Desarrollo Municipal 2024–2027 "Armenia con Más Oportunidades", y el Plan de Acción de Corpocultura, realizar tres (3) campañas de Cultura Ciudadana durante un periodo de dos (2) meses en plazas, parques, calles peatonales e instituciones educativas del sector público priorizadas utilizando dos metodologías artísticas diferenciadas pero complementarias: la música urbana y el teatro popular; los temas a tratar con sus correspondientes fichas tcenicas son las siguientes:

PATRIMONIO: Campaña 1: Conservación de monumentos, esculturas y bienes culturales. Reconocimiento y valoración del patrimonio material e inmaterial.

- **Enfoque Social:** Sensibilizar sobre el valor del arte público, la conservación de monumentos, esculturas, paraderos y obras urbanas, restaurando el vínculo emocional entre la ciudadanía y el patrimonio simbólico de Armenia.
- **Estrategia Artística:** 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 ajustadas al ritmo de la escena, fomentando la co-responsabilidad a través de lenguajes populares y emocionales.
- **Frecuencia y Duración:** Once (11) intervenciones culturales urbanas
- **Ficha Técnica en Escena:** Tres (3) artistas del género urbano con reconocida trayectoria. Uso de herramientas tecnológicas y acústicas avanzadas: *beats* digitalizados mediante la aplicación Groove Pad a través de tablet, procesador vocal Zoom V3, instrumentación en vivo (saxofón, guitarra y percusión) y dos (2) cabinas amplificadas para garantizar la cobertura sonora en espacio abierto.

VIVE LOS MUSEOS: Campaña 2: Reconocer e incrementar las visitas a los espacios museales.

- **Enfoque Social:** Incremento a las visitas a los museos fortaleciendo la participación cultural, la educación permanente, el turismo cultural, el sentido de pertenencia y a la consolidación de Armenia como una ciudad que reconoce y valora su patrimonio material e inmaterial.
- **Estrategia Artística:** 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.
- **Frecuencia y Duración:** Once (11) intervenciones culturales urbanas
- **Ficha Técnica en Escena:** Agrupación teatral conformada por tres (3) artistas profesionales con más de 10 años de trayectoria. Incluye diseño de vestuario temático, maquillaje de caracterización, utilería escénica adaptada al entorno urbano y una cabina amplificada portátil de mínimo 10 pulgadas para la reproducción de la banda sonora del performance.

TURISMO RESPONSABLE, GESTIÓN AMBIENTAL Y CONCIENCIA ECOLÓGICA: Campaña 3.

- **Enfoque Social:** Promoción de prácticas responsables en el turismo. Manejo de residuos, protección del paisaje y consumo responsable.
- **Estrategia Artística:** 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.
- **Frecuencia y Duración:** Once (11) intervenciones culturales urbanas
- **Ficha Técnica en Escena:** Agrupación teatral conformada por tres (3) artistas profesionales con amplia experiencia en procesos comunitarios. El equipo contará con vestuario específico, maquillaje, utilería de alto impacto visual y una cabina amplificada autónoma de mínimo 10 pulgadas para soporte sonoro.

ENTREGABLES:

- **Entregables:** 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.

- **Alineación Institucional:** Todas las actividades contarán con el despliegue visible de la imagen corporativa de Corpocultura, coordinando con la oficina de comunicaciones de la entidad para la pauta y difusión de los clips audiovisuales resultantes.

- 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).

- Diseño y Producción de (06) seis piezas digitales Flayers, reel y/o carrusel con registros fotográficos, sobre las 3 campañas, para la promoción en redes sociales.

Conforme lo anterior, solicitamos a través de su idoneidad y experiencia, cotización bajo las siguientes condiciones técnicas:

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 ajustadas al ritmo de la escena, fomentando la co-responsabilidad a través de lenguajes populares y emocionales.	Once (11) intervenciones culturales urbanas	Agrupación Musical del género urbano, conformada por tres (3) artistas con mínimo seis (6) años de trayectoria.	1			
			Agrupación teatral conformada por tres (3) artistas profesionales con amplia experiencia en procesos comunitarios, con más de 10 años de trayectoria.	1			
			Agrupación teatral conformada por tres (3) artistas profesionales con más de 10 años de trayectoria.	1			
			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			
			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			
			SONIDO Y AUDIOVISUALES				
			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 electríca, 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			
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	Once (11) intervenciones culturales urbanas	**TECNOLOGÍA**				
			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			

	compartido.		**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. 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			
			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			
GASTOS ADMINISTRATIVOS				1			
TOTAL							$-

VALOR DE LA COTIZACIÓN EN LETRAS:

4. **VIGENCIA DE LA COTIZACION:** Establecer dentro de la cotización la vigencia de la misma

Cordialmente,

ERICA FERNANDA FALLA GARCÍA
Directora
Corporación de Cultura y Turismo de Armenia
CORPORCULTURA

Proyectó: Cristian Camilo Parra Báquiro, Apoyo área jurídica Corpocultura camilo Parra
Revisó: Erika Johanna Restrepo Betancurth, Abogada de apoyo área jurídica. Corpocultura
Revisó: Ana Mercedes Suarez Aristizabal - Técnico Operativo

Gmail Atención al Cliente Corpocultura <atencioncliente.corpocultura@gmail.com>

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

1 mensaje

Atención al Cliente Corpocultura <atencioncliente.corpocultura@gmail.com> 26 de agosto de 2026 a las 15:57
Para: "kymeracorporacionaudiovisual@gmail.com" <kymeracorporacionaudiovisual@gmail.com>, info@kimera-audiovisual.com
Cc: 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.
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

CORPORACION KIMERA.pdf
272K