

## **PRODUCTO TERMINADO**

### **ACTIVIDADES DE POPULARIZACIÓN DE EXPERIENCIAS DURANTE EL PROGRAMA DE FORMACIÓN**

#### **1. Introducción**

El presente documento evidencia las acciones, resultados y productos asociados a las Actividades de popularización de experiencias durante el programa de formación. Este producto se presenta como resultado de las siguientes actividades que hacen parte del convenio N°088 de 2015:

- Actividad N°. 90: Preparar las actividades de popularización.
- Actividad N°. 73: Contratar la logística para la realización de actividades de popularización de experiencias durante el programa de formación.

#### **2. Objetivo general:**

Ejecutar las actividades de popularización de experiencias durante el programa de formación

#### **3. Objetivos específicos:**

- Preparar las actividades de popularización a cargo de los mediadores del programa de formación.
- Contratar la logística para la realización de actividades de popularización de experiencias durante el programa de formación.

#### 4. ACTIVIDAD 90: Preparar las actividades de popularización

El propósito de las actividades de popularización realizadas durante el programa de formación de los laboratorios vivos de innovación y cultura fue la realización de jornadas en las cuales, mediante demostraciones, dispositivos interactivos, socializaciones y el uso de medios alternativos, los participantes dieron cuenta del proceso formativo, involucrando a sus coterráneos, en una forma de generar apropiación social del conocimiento. Para construir los productos de cada una de las actividades, los participantes de cada grupo de formación fueron guiados por los docentes mediadores para elaborar una pieza capaz de involucrar a la comunidad en su proceso creativo-formativo. Se elaboraron infografías, afiches, objetos lúdicos y creativos, puestas en escena, exposiciones fotográficas y recorridos guiados que incorporaron los recursos TIC de los laboratorios por parte de cada grupo de formación.

A continuación, se detalla el proceso ejecutado durante las actividades de popularización del programa de formación. En la ejecución del programa de formación se realizaron 8 actividades de popularización en las siguientes fechas en cada uno de los municipios:

Tabla 1. Resumen de fechas, productos y asistentes a las actividades de popularización del programa de formación, Clemencia y María la Baja

Cohorte	Actividad	Clemencia			María la Baja		
		Fecha	Número de productos	Asistentes (comunidad)	Fecha	Número de productos	Asistentes (comunidad)
1	1ra	28/06/2016	20	157	28/06/2016	19	118
	2da	3/08/2016	10	331	3/08/2016	7	392
2	1ra	21/11/2016	8	296	23/11/2016	7	328
	2da	22/11/2016	8	287	24/11/2016	7	203
<b>Total</b>			46	1.071		40	1.041

En cada una de las actividades se realizó incluyendo como mínimo 7 productos de popularización por municipio, de acuerdo a lo establecido en el documento técnico del proyecto Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura para un total de 56. Del balance final se obtuvieron 86 productos de popularización (30 productos adicionales a los establecidos en el documento técnico), presentados en las ocho actividades realizadas en las dos cohortes del programa de formación y un total de 2.112 asistentes por parte de la comunidad de cada uno de los municipios.

##### 4.1. Actividades de popularización municipio de Clemencia primera cohorte

Las actividades de popularización realizadas en el municipio de Clemencia se caracterizaron por incorporar el uso de las TIC en los productos presentados. Lo que evidencia que en el municipio, la apropiación, aprendizaje y utilización de estas herramientas se realizó de manera satisfactoria.

Los productos de la primera actividad de popularización fueron productos culturales que evidenciaron los resultados del proceso de apropiación del conocimiento del módulo usos y apropiación de la cultura. El evento se realizó en la sonoteca-ludoteca de la Casa de la Cultura del

municipio por medio de presentaciones artísticas a un público organizado a manera de auditorio. A continuación, se relacionan los 20 productos presentados durante esta jornada.

Tabla 2. Productos primera actividad de popularización, primera cohorte, Clemencia

	<b>Nombres productos<sup>1</sup></b>
1	Cartografía sobre problemáticas del municipio
2	Identificación del patrimonio de Clemencia
3	Muestra de algunos procesos dentro del proyecto
4	Alternativas de difusión de la cultura a través del uso de las TIC.
5	Música para Clemencia
6	Identificación de problemáticas asociadas a las manifestaciones culturales del municipio.
7	Identificación de problemáticas asociadas a las manifestaciones culturales del municipio.
8	Muestra de algunos procesos dentro del Proyecto
9	Muestra de algunos procesos dentro del Proyecto
10	Reconocimiento de personalidades destacadas dentro del municipio.
11	Identificación de manifestaciones artísticas en el Municipio.
12	Sociodrama
13	Música para Clemencia
14	Difusión de conocimientos
15	Música para Clemencia
16	Música para Clemencia 2
17	Reconocimiento de las manifestaciones culturales dentro del municipio
18	Muestra de posibilidades para abordar temas culturales dentro del municipio a través de las TIC.
19	Video la rezandera
20	Realización en vivo del programa Kelly Habla

Durante la segunda actividad de popularización de la primera cohorte, la popularización se organizó a manera de recorridos guiados en los espacios disponibles en la casa de la cultura (auditorio, biblioteca, sonoteca-ludoteca, terraza externa, aula SENA, sala de sistemas, sala de audio y sala de video). Estos espacios fueron ambientados y organizados de manera que complementaran la puesta en escena del producto presentado. Los asistentes fueron organizados en grupos no mayores a 10 personas los cuales fueron orientados y acompañados por el equipo

<sup>1</sup> Las evidencias e información detallada de los productos de las ocho actividades de popularización del programa de formación, pueden ser consultadas en las Fichas de Caracterización de la Cultura Material (FICACUMA) que se incluye en los anexos digitales que hacen parte de este documento.

del proyecto en la visita a cada uno de los productos de popularización que fueron ubicados en estos espacios. Adicionalmente, se desarrolló la Ficha de Caracterización de Objetos de la Cultura Material (FICACUMA) con el fin de proveer información sobre los productos presentados a los asistentes. Estas fueron ubicadas en cada producto con el fin de contextualizar a los asistentes de la popularización. A continuación, se encuentran los productos presentados durante la jornada que demostraron el proceso de investigación-creación de los participantes.

Tabla 3. Productos segunda actividad de popularización, primera cohorte, Clemencia

	<b>Nombres productos</b>
1	¡Ubícate!
2	¡Oye Clemencia, mira!
3	Más-caras y sonidos de Clemencia
4	Las vainas de mi pueblo
5	Clemencia en la red
6	La artesanía cuenta
7	Soy Arte, Soy Cultura
8	CLEMENTIC
9	María Clemencia, la heredera de la casa grande
10	Mi plaza: Antes y ahora

#### **4.2. Actividades de popularización Clemencia segunda cohorte**

Para la segunda cohorte, en el municipio de Clemencia, la primera jornada de popularización se organizó de la misma forma que en la primera cohorte, es decir, a manera de presentaciones y puestas en escena, la cual permitió evidenciar el proceso de formación de conocimiento del módulo usos y apropiación de la cultura. Sin embargo, con el fin de lograr un mayor impacto en la asistencia y acercamiento con la comunidad, esta se llevó a cabo en la parroquia San José de Clemencia del municipio, un lugar central y concurrido. En esta ocasión, los participantes presentaron danzas, composiciones musicales, performances y exposiciones fotográficas, los cuales evidenciaron la identificación de las manifestaciones culturales del municipio.

Tabla 4. Productos primera actividad de popularización, segunda cohorte, Clemencia

	<b>Nombres productos</b>
1	Ven y te lo cuento
2	Expresiones dancísticas en Clemencia
3	Tradición y olvido
4	Explorando nuestra historia
5	Cumbia clemenciera
6	Identidades juveniles de Clemencia
7	Los banquitos de Clemencia
8	Cultores de la Oralidad Clemenciera

En la última actividad de popularización del programa de formación en el municipio de Clemencia, los participantes, junto con los mediadores y el equipo municipal del proyecto, organizaron nuevamente una jornada con recorridos guiados, en la cual los espacios de la Casa de la Cultura se utilizaron para ubicar cada uno de los productos, los cuales fueron presentaciones artísticas, interacciones con dispositivos electrónicos, exposiciones fotográficas, presentaciones de piezas audiovisuales e incluso la transmisión en vivo, por medio de la retransmisión en la emisora local del municipio, del cubrimiento del evento. De nuevo, como resultado del proceso de investigación-creación, los participantes mostraron una apropiación de los recursos tecnológicos del proyecto, lo cual se evidenció en la incorporación de las TIC en los productos presentados. A continuación, se encuentran los productos presentados durante la jornada.

Tabla 5. Productos segunda actividad de popularización, segunda cohorte, Clemencia

	<b>Nombres productos</b>
1	Banda de Paz
2	Clemencia y su cocina
3	Los banquitos de Clemencia para principiantes.
4	Clemencia en 5 x 5
5	Clemencia Al Aire
6	Carpintería Musical
7	Maestro Oñoro
8	Clemencia danza

### 4.3. Actividades de popularización María la Baja primera cohorte

María la Baja es un municipio en el cual existen manifestaciones y tradiciones culturales ancestrales muy arraigadas en su población. Entre ellas el Bullerengue y la pesca. Es por esto que, de manera general, en las actividades de popularización de este municipio, en comparación con Clemencia, estas incorporaron un mayor componente artístico.

La primera jornada de popularización, en el municipio de María la Baja, se realizó a manera de presentaciones en el auditorio en de la casa de la cultura, lo cual fue complementado con muestras permanentes de algunas de sus manifestaciones culturales en los espacios de la casa de cultura, lo que permitió ambientar la jornada para los asistentes a la misma. Durante el día se realizaron presentaciones de danza, canto, tradiciones asociadas al vestuario, actividades económicas, entre otras que mostraban el proceso de identificación, por parte de los participantes del programa de formación, de sus manifestaciones culturales en el marco del módulo usos y apropiación de la cultura. A continuación, se encuentran los productos presentados durante la jornada de popularización

Tabla 6. Productos primera actividad de popularización, primera cohorte, María la Baja

	<b>Nombres productos</b>
1	Peinados vivos
2	Artesanías de reciclaje
3	Rincón de los recuerdos
4	Blog interactivo de comidas típicas de María la Baja
5	Fotografías del antes y ahora de María la Baja
6	Reconociendo nuestros ancestros
7	Experimentación musical en vivo
8	Programa radial Culture Kids
9	Micro documental “El Bullerengue se lleva en la sangre”
10	Micro documental “Así se viste nuestro folclor”
11	Micro documental “Pasos por el sendero del alma de María la Baja”
12	Magazine: Cultura marialabajense
13	Programa informativo: Magazín del folclor
14	Sociodrama: ¿Qué es lo que pasa en esos Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura?
15	Producto audiovisual
16	Producto audiovisual: Víctimas del conflicto
17	Documental: “Medicina Cultural”
18	Clip audiovisual con presentación de ideas del proyecto
19	Recital: Presentación de poesía y décimas

Para la segunda actividad de popularización, de la primera cohorte del programa de formación en María la Baja, se rediseñó el evento descentralizándolo. Esto significó que los productos elaborados por los participantes se ubicaron en distintos lugares del municipio con el objetivo de lograr un mayor acercamiento con la comunidad. De esta manera, los coterráneos lograron vincularse de manera activa en la jornada, en la cual los participantes dieron muestra del proceso de aprendizaje derivado del módulo investigación creación para lo cual elaboraron productos culturales como sonovisos, puestas en escena, microdocumentales y la transmisión en vivo vía streaming de la emisora virtual Bullerengue.net. Los productos presentados fueron:

Tabla 7. Productos segunda actividad de popularización, primera cohorte, María la Baja

	<b>Nombres productos</b>
1	La magia creativa del reciclaje
2	Sembrando árboles, cultivando esperanzas
3	Ideas, imágenes y sonidos (complemento a Sembrando árboles, cultivando esperanzas)
4	El libro de los sueños
5	Maquetas digitales: Deconstrucción y transformación de espacios cotidianos en lugares de cultura, paz y formación.
6	Bullerengue.net: emisora virtual
7	Mi proyecto de investigación soy Yo, y es para la comunidad...

#### 4.4. Actividades de popularización María la Baja segunda cohorte

Durante la segunda cohorte del programa de formación, las actividades de popularización incorporaron lecciones aprendidas de la primera cohorte en cuanto a la planeación, logística, convocatoria y preparación de los participantes. En la primera actividad de la segunda cohorte, los distintos espacios de la casa de la cultura fueron utilizados para ubicar los productos de popularización a manera de recorridos guiados. La logística de la esta primera popularización, que en ambos municipios se denominó Muestra cultural y creativa, se organizó por medio de recorridos en grupos de alrededor de 10 personas. Esto permitió a los participantes apreciar, de manera organizada y contextualizada, los productos desarrollados en el módulo usos y apropiación de la cultura. A continuación, se presentan los productos de esta jornada.

Tabla 8. Productos primera actividad de popularización, segunda cohorte, María la Baja

	<b>Nombres productos<sup>2</sup></b>
1	¿A que suena María la Baja?
2	Video Clip a ritmo de juego
3	Debajo de mi piel
4	Memoria Corpo-Cultural - Exposición fotográfica
5	¿A que sabe María la Baja?
6	Cartografía cultural Interactiva
7	Sabiduría Ancestral y Cultural

Por último, en la segunda actividad de popularización de la segunda cohorte del programa de formación en María la Baja, la jornada se organizó a manera de presentaciones, las cuales se realizaron en el auditorio de la casa de la cultura. En esta oportunidad dramatizados, presentaciones musicales, magazines, danzas, entre otras puestas en escena sirvieron a los participantes del módulo investigación creación evidenciar a sus coterráneos el proceso de aprendizaje en los Laboratorios Vivos en el marco de estas actividades que buscan la apropiación social del conocimiento. A continuación, los productos elaborados para esta actividad de popularización.

Tabla 9. Productos segunda actividad de popularización, segunda cohorte, María la Baja

	<b>Nombres productos</b>
1	Magazine en Vivo
2	Conversatorio “María la Baja Activa: aportes ciudadanos a la construcción y actualización de nuestros recursos culturales”
3	Puesta en escena “Transformando Almas”
4	PechaKucha
5	Dramatizado: “La luz oscura: el Oxímoron de los y las adolescentes”
6	Caminando mi tierra con paso firme
7	Ondas de Impacto en la comunidad

<sup>2</sup> Las evidencias e información detallada de los productos de las ocho actividades de popularización del programa de formación, pueden ser consultadas en las Fichas de Caracterización de la Cultura Material (FICACUMA) que se incluye en los anexos digitales que hacen parte de este documento.



Como se puede observar en el detalle descrito anteriormente, el programa de formación llevó a cabo ocho actividades de popularización a razón de cuatro por municipio (Clemencia y María la Baja) y dos por cohorte, en la que los participantes del programa de formación, evidenciaron, a través de cada uno de los productos, el proceso de aprendizaje en el desarrollo de los módulos usos y apropiación de la cultura e investigación creación. Como resultado 86 productos de popularización, 46 en el municipio de Clemencia y 40 en María la Baja fueron elaborados y, por medio de ellos, vincularon a sus coterráneos en el proceso de formación, generando un proceso de apropiación social del conocimiento.

En la tabla que se incluye a continuación, se presenta la relación detallada de los documentos de planeación de actividades del programa de formación que fueron elaborados como resultado de la ejecución de la actividad 90 (Preparar las actividades de popularización). Entre estos se encuentran los documentos de planeación de las actividades de popularización, las Fichas de Caracterización de Objeto de la Cultura Inmaterial (FICACUMAs) de cada una de las ocho actividades de popularización y las listas de asistencia de cada actividad realizada en los municipios intervenidos. Por lo anterior, a continuación, se listan los anexos que conforman el presente informe.

Tabla 10. Documentos elaborados, soportes y evidencias de la ejecución de las actividades de popularización (ver anexos digitales)

Actividad	Documentos elaborados, soportes y evidencias de la ejecución de las actividades de popularización	
<b>PRIMERA COHORTE</b>		<b>Anexo</b>
1ra actividad	Lista Asistencia Actividad de Popularización 1-1 MLB	6.6
	Lista Asistencia Actividad de Popularización 1-1 CLE	6.7
	Agenda actividades de Popularización MLB	6.8
	Agenda actividades de Popularización CLE	6.9
	Productos actividad de popularización MLB	7.0
	Productos actividad de popularización CLE	7.1
	Artes para: volantes, Posts virtuales, pendones y backings para actividades de popularización.	7.2
2da actividad	Formato - Ficha de caracterización de los productos de la segunda actividad de popularización – primera cohorte	7.3
	Documento de planeación de actividades de segunda actividad de popularización de la primera Cohorte MLB	7.4
	Documento de planeación de actividades de segunda actividad de popularización de la primera Cohorte CLE	7.5

Actividad	Documentos elaborados, soportes y evidencias de la ejecución de las actividades de popularización	
	Artes para: afiches, Post virtuales, fichas de producto para la segunda actividad de popularización.	7.6
	Lista de asistencia segunda actividad de popularización de la primera cohorte del programa de formación MLB.	7.7
	Lista de asistencia segunda actividad de popularización de la primera cohorte del programa de formación CLE.	7.8
	Folleto informativo sobre actividad de popularización CLE y MLE.	7.9
	Programación segunda Jornada de Popularización Primera Cohorte MLB	8.0
	Programación segunda Jornada de Popularización Primera Cohorte CLE	8.1
	Sonoviso productos 2ª actividad de popularización en Clemencia y María la Baja.	8.2
<b>SEGUNDA COHORTE</b>		
	Documento de planeación de las actividades de popularización V1. CLE	8.3
	Documento de planeación de las actividades de popularización V1. MLB	8.4
	Artes y diseño de la campaña comunicacional de las actividades de popularización de la segunda cohorte del programa de formación. (Ver CD).	8.5
	Cuña de la Muestra Cultural y Creativa, actividades de popularización de la segunda cohorte del programa de formación CLE.	8.6
	Cuña de la Muestra Cultural y Creativa, actividades de popularización de la segunda cohorte del programa de formación MLB.	8.7
1ra y 2da Actividad	Ficha de caracterización de objeto de la cultura material (FICACUMA) de productos de la primera actividad de popularización de la segunda cohorte del programa de formación. CLE	8.8
	Ficha de caracterización de objeto de la cultura material (FICACUMA) de productos de la segunda actividad de popularización de la segunda cohorte del programa de formación. CLE	8.9
	Ficha de caracterización de objeto de la cultura material (FICACUMA) de productos de la primera actividad de popularización de la segunda cohorte del programa de formación. MLB	9.0

Actividad	Documentos elaborados, soportes y evidencias de la ejecución de las actividades de popularización	
	Ficha de caracterización de objeto de la cultura material (FICACUMA) de productos de la segunda actividad de popularización de la segunda cohorte del programa de formación. MLB	9.1
	Listas de asistencia 1ra y 2da actividad de popularización segunda cohorte MLB.	9.2
	Listas de asistencia 1ra y 2da actividad de popularización segunda cohorte CLE.	9.3

## ANEXO 1

### Actividad 73. Contratar la logística para la realización de actividades de popularización de experiencias durante el programa de formación

En el marco del Convenio N°088, el documento técnico del convenio describe que el programa de formación “contempla la realización de ocho (8) actividades de popularización del conocimiento, a razón de cuatro (4) por cada municipio y dos (2) por cohorte, donde mediante demostraciones, dispositivos interactivos, socializaciones y el uso de medios alternativos, los participantes den cuenta del proceso formativo, involucrando a sus coterráneos, en una forma de generar apropiación social del conocimiento”

Por lo anterior y de acuerdo a la actividad 73 del proyecto, relacionada con contratar la logística para la realización de actividades de popularización de experiencias durante el programa de formación, se contrataron los proveedores de bienes y servicios, con el fin de suministrar los materiales, pendones, impresiones y la logística necesaria para llevar a cabo las actividades de popularización del programa.

En ese orden de ideas, durante el mes 10 de ejecución se realizó la contratación de los siguientes proveedores para el desarrollo de las primeras cuatro actividades de popularización que corresponden a la primera cohorte del programa de formación:

1. Amaury Martínez: el contrato fue suscrito entre la Utadeo y el propietario del establecimiento de comercio Oficentro la sucursal de su oficina en el centro, el 21 de junio de 2016, quién prestó el servicio de impresiones y soportes. Por lo que el contratista entregó a conformidad los siguiente:

Concepto	Cantidad
Estructura tipo araña de 1,00 x 1,80 con pendón	4
Estructura tipo backing de 2,00 x 2,00 con pendón	6
Impresión litográfica en papel propalcote 115 gr	800
Estructura tipo araña de 1,00 x 1,80 con pendón	4
Estructura tipo backing de 2,00 x 2,00 con pendón	7
Estructura tipo backing de 3,00 x 2,00 con pendón	2
Estructura tipo backing de 2,00 x 2,00 con pendón	1
Tabloides	400

2. Gema Tours S.A: se suscribió el contrato el 27 de junio de 2016 con el objeto de prestar los servicios de producción de eventos, organización y logística en los municipios de Clemencia y María la Baja.

El contratista suministró lo siguiente, de acuerdo a los términos de referencia establecidos:

CONTRATACIÓN DE LOGISTICA PARA ACTIVIDADES DE POPULARIZACIÓN	CLEMENCIA	MARÍA LA BAJA	TOTAL
Mesas tipo tablón con mantel blanco (vestida)	4	1	5
Micrófonos inalámbricos de mano con baterías 9 voltios y baterías de repuesto recargables.	1	2	3
Consola de audio de ocho canales con amplificador y parlantes (4 parlantes)	1	1	2
Cables plug y XLR	2	2	4

3. Papelería El Cid: se suscribió entre las partes el 23 de junio de 2016 con el objeto de suministrar los materiales para las actividades de popularización, los cuales fueron:

ITEMS	DESCRIPCION MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD
1	Icopor de 8 mm de grosor, 1 m de ancho x 1 m de largo	Pliegos	200
2	Bolas de icopor Tamaño 9	Unidad	100
3	Bolas de icopor Tamaño 10	Unidad	100
4	Bolas de icopor Tamaño 12	Unidad	100
5	Foamy pliego grande	Pliegos	120
6	Cortador de icopor	Unidad	30
7	Cartón paja pliego grande	Pliegos	200
8	Balso Tabla Ref 756	Unidad	50
9	Balso Vara Cuadrada Ref 742	Unidad	100
10	Balso Vara Redondo Ref 840	Unidad	100
11	Balso Vara Triangular Ref 833	Unidad	100
12	Bandas de caucho	Caja	30
13	Alambre delgado	Rollo	30
14	Silicona líquida Tarro Grande 500 ml	Unidad	100
15	Pistola para silicona delgada	Unidad	28
16	Silicona delgada en barra	Unidad	100
17	Chinches	Caja	30
18	Rótulos autoadhesivos 86 X 42 mm	Paquete	60
19	Plastilina Bloque	Unidad	200
20	Cordón	Unidad	30
21	Limpiapipas	Paquete	100
22	Cartulinas de 1/8 en colores neón	Paquete	120
23	Papel seda	Unidad	700
24	Rollo de Lana Grande (Colores surtidos)	Unidad	120

ITEMS	DESCRIPCION MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD
25	Pegante de Madera 225 gr	Unidad	212
26	Pegante de Madera 480 gr	Unidad	21
27	Papel celofán	Pliegos	700
28	Vinilo Grande Color Negro	Unidad	40
29	Vinilo Grande Color Amarillo	Unidad	80
30	Vinilo Grande Color Azul	Unidad	70
31	Vinilo Grande Color Rojo	Unidad	70
32	Vinilo Grande Color Blanco	Unidad	40
33	Cinta doble faz mediana	Unidad	120
34	Arcilla	Kilogramo	200

Lo anterior fue empleado durante las actividades de popularización que se llevaron a cabo el 28 de junio y el 3 de agosto de 2016, a excepción del servicio de logística que fue contratado únicamente para el 28 de junio de 2016.

Para el mes 15 del proyecto, se efectuó la contratación de las cuatro últimas actividades de popularización correspondientes a la segunda cohorte del programa, estos fueron:

4. Imprima S.A.S: el contrato se firmó el 4 de noviembre de 2016, con el objeto de brindar el servicio de impresiones y soportes, por lo tanto el contratista hizo entrega de:

Elementos	Cantidad
Afiches extratabloides	400
Volantes tamaño ½ carta 4x4 tintas	1000
Plegables 4x4 tintas en pcote 150 grs	400
Pendones de 1m de ancho por 1,80 mts de alto con soporte tipo araña en aluminio con varilla flexible.	8
Pendones sobre estructura baking de 2x2 mts de alto con soporte de la misma medida tipo araña en aluminio	2

5. Jonan S.A: se suscribió el contrato el 9 de noviembre de 2016, el cual tiene por objeto el suministro de materiales. De acuerdo a los términos contratados, se le solicitó al contratista la entrega de:

N°	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD
1	Madera MDF 1mtx1mt	Madera	22
2	Láminas de triplex 3x3	Láminas	10
3	Balso Tabla Ref 756	Unidad	40
4	Balso Vara Cuadrada Ref 742	Unidad	30
5	Balso Vara Redondo Ref 840	Unidad	30
6	Balso Vara Triangular Ref 833	Unidad	30
7	Bandas de caucho	Caja	30

N°	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD
8	Pistola para silicona delgada	Unidad	20
9	Silicona delgada en barra	Unidad	50
10	Chinches	Caja	20
11	Rótulos autoadhesivos 86 X 42 mm	Paquete	50
12	Plastilina Bloque colores surtidos	Unidad	50
13	Cordón	Metros	30
14	Papel seda	Unidad	60
15	Rollo de Lana Grande (Colores surtidos)	Unidad	30
16	Pegante de Madera 480 gr	Unidad	20
17	Papel celofán	Pliegos	60
18	Vinilo Grande Color Negro	Unidad	18
19	Vinilo Grande Color Amarillo	Unidad	18
20	Vinilo Grande Color Azul	Unidad	18
21	Vinilo Grande Color Rojo	Unidad	18
22	Vinilo Grande Color Blanco	Unidad	18
23	Pintura corporal colores surtidos	Unidad	20
30	Cinta doble faz mediana	Unidad	30
31	Cinta "Peligro"	Rollo	4
32	Cinta Ducto	Rollo	4

6. Gema Tours S.A: el 18 de noviembre de 2016 se suscribió contrato con Gema Tours S.A para prestar servicio de logística, por lo que el contratista suministró lo siguiente para las actividades de popularización de la segunda cohorte del programa de formación que se ejecutaron del 21 al 24 de noviembre en los municipios de Clemencia y María la Baja:

SERVICIOS DE CLEMENCIA			
N°	ÍTEMES	CANTIDAD	DÍAS
1	Tablón vestido con sobre mantel blanco	9	2
2	Micrófonos inalámbricos de mano con baterías 9 voltios	2	2
3	baterías de repuesto recargables	2	1
4	Cables plug y XLR	2	2
5	Refrigerios	160	2
6	Hidratación (Estación de Agua)	160	2
7	Carpas 4x4	2	1
8	Sillas	150	1
9	Cables para suministro eléctrico (extensiones de 20 mts)	2	2

SERVICIOS DE CLEMENCIA			
N°	ÍTEMES	CANTIDAD	DÍAS
10	Transporte del material al sitio del evento, montaje y desmontaje	1	2
11	Perifoneo por día	1	2

SERVICIOS MARIA LA BAJA			
N°	ÍTEMES	CANTIDAD	DÍAS
1	Tablón vestido con sobre mantel blanco	9	2
2	Micrófonos inalámbricos de mano con baterías 9 voltios	2	2
3	baterías de repuesto recargables	2	1
4	Consola de audio de ocho canales con amplificadores y parlante ( 4 parlantes)	1	2
5	Cables plug y XLR	2	2
6	Transporte del material al sitio del evento, montaje y desmontaje	1	2
7	Refrigerios	160	2
8	Hidratación (Estación de Agua)	160	2
9	Sillas	150	2
10	Cables para suministro eléctrico (extensiones de 20 mts)	2	2
11	Amplificación para interior	1	2
12	Perifoneo por día	1	2
13	Luces par LED pequeños para interiores*	4	2

A continuación, se relacionan los soportes y las evidencias de las contrataciones realizadas en el marco del convenio N°.088 en relación a la actividad N°.73 “Contratar la logística para la realización de actividades de popularización de experiencias durante el programa de formación”:

- Soportes y evidencias de la contratación de las cuatro actividades de la primera cohorte del programa de formación, actividad N°.73.

N°	DESCRIPCIÓN
<b>AMAURY MARTÍNEZ</b>	
1.1	Contrato
1.2	Póliza y comprobante de pago
1.3	Otrosí



N°	DESCRIPCIÓN
1.4	Póliza Otrosí y comprobante de pago
1.5	Términos de contratación
1.6	Cotización
1.7	Remisiones
1.8	Orden de pago
<b>GEMA TOURS S.A</b>	
2.1	Contrato
2.2	Póliza y comprobante de pago
2.3	Términos de contratación
2.4	Cotización
2.5	Informe de servicios prestados
2.6	Orden de pago
<b>PAPELERÍA EL CID</b>	
3.1	Contrato
3.2	Póliza y comprobante de pago
3.3	Otrosí
3.4	Póliza y comprobante de pago
3.5	Términos de contratación
3.6	Remisiones
3.7	Orden de pago

- Soportes y evidencias de la contratación de las cuatro actividades de la segunda cohorte del programa de formación.

N°	DESCRIPCIÓN
<b>IMPRIMA S.A.S</b>	
4.1	Contrato
4.2	Póliza y comprobante de pago
4.3	Términos de contratación
4.4	Cotización
4.5	Remisiones
4.6	Acta de entrega
4.7	Orden de pago
<b>JONAN S.A</b>	
5.1	Contrato
5.2	Póliza y comprobante de pago
5.3	Términos de contratación
5.4	Cotización
5.5	Remisiones
5.6	Orden de pago

N°	DESCRIPCIÓN
<b>GEMA TOURS S.A*</b>	
6.1	Contrato
6.2	Póliza y comprobante de pago
6.3	Términos de contratación
6.4	Cotización
6.5	Informe de servicios prestados
6.6	Orden de pago

## ANEXO 2

**Documentos impresos que soportan la ejecución de la Actividad 73: Contratar la logística para la realización de actividades de popularización de experiencias durante el programa de formación.**