I. Datos Generales del Contrato

1. DENOMINACION DEL CONTRATO	**INFORME No.**	01	
Contrato N°	202102223		
Nombre del Supervisor	CARLOS RHENALS DORIA		
2. DE LA ETAPA CONTRACTUAL			
Tipo de contrato	Prestación de servicios		
Nombre del contratista	Fundación ProBarranquilla		
Identificación del contratista	800.043.442-9		
Objeto del contrato	Prestar servicios profesionales para la atracción y retención de flujos de inversión privada nacional y extranjera, consolidación de información departamental, monitoreo de clima de negocios, puesta en marcha de la agenda intersectorial de territorio y posicionamiento del departamento del atlántico como destino integral para invertir, hacer negocios y vivir 2021		
Plazo	El plazo para la ejecución del contrato será hasta el 31 de diciembre de 2021, contados a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución.		
Numero de Certificado de Disponibilidad Presupuestal (C.D.P)	202101430 – Adición: 202101919	Fecha del C.D.P	(11-05-2021) – Adición: (13-07-2021)
Número de Registro Presupuestal (R.P.)	202103140 - Adición: 202104128	Fecha del R.P	(01-06-2021) – Adición: (29-07-2021)
Valor del contrato	Contrato Inicial: $ 3.513.000.000 Adición 1: $ 1.058.000.000 Adición 2: $ N.A Adición 3: $ N.A Total: $ 4.571.000.000__		

Fecha de inicio del contrato	Fecha de terminación del contrato	Fecha de Suspensión	Fecha de reinicio
(2021-06-11)	(2021-12-31)	N.A.	N.A.

3. GARANTIAS CONSTITUIDAS POR EL CONTRATISTA (las solicitadas en el contrato):

Amparos	Aseguradora	No de Póliza	Vigencia	
			Desde N.A.	Hasta N.A.
Calidad del servicio		N.A.		
Cumplimiento	Suramericana	3029037–1	2021-06-01	2022-04-30
Anticipo		N.A.		
Pago anticipado	Suramericana	3029037–1	2021-06-01	2022-04-30
Calidad y correcto funcionamiento de los bienes y equipos suministrados		N.A.		
Salarios y prestaciones	Suramericana	3029037–1	2021-06-01	2024-12-31
Responsabilidad Civil Extracontractual		N.A.		
Otros		N.A.		

4. EJECUCION DEL CONTRATO

Descripción		**Valor**
Valor del Contrato Inicial		$3.513.000.000
Adición No. 1		$1.058.000.000
Adición No. 2		$0
Adición No. 3		$0
Valor Total del contrato		$4.571.000.000
Porcentaje del Anticipo		$1.405.200.000
Porcentaje del Pago anticipado	%	$
Valor Ejecutado del Contrato		$2.812.450.000
Valor por ejecutar		$1.758.550.000
Valor a pagar en el presente Informe		**$878.250.000**
No. Factura o Cuenta de Cobro		FVE-188

II. Ejecución Contractual:

Se relaciona a continuación las actividades realizadas por el contratista durante el plazo de ejecución del contrato.

Obligación Contractual	Producto
Promover, facilitar y acompañar la llegada de flujos de capital nacional y extranjero y las reinversiones/ampliaciones, a través de una estrategia global consolidada por una oferta de servicios integral al inversionista.	**1.1. Promoción y atracción de inversión nacional y extranjera** A la fecha han arrancado 6 proyectos de inversión y 1 proyecto de ampliación, los cuales representan alrededor de USD 26.5 millones en flujos de inversión y más de 1.392 nuevos empleos en el departamento del ATL. En cuanto a los proyectos de inversión por sectores, 3 pertenecen al sector de BPO, 1 del sector de telecomunicaciones, 1 de Alimentos & Bebidas, y 1 de Dispositivos Médicos. De estos proyectos, se destaca la apertura de WOM Colombia, nuevo operador que entró al país con la adquisición de Avantel; Waston Colombia, primer joint venture de una empresa en BAQ con China en el sector de dispositivos médicos para la producción de implantes de osteosíntesis y ortopedia. Adicionalmente, tenemos 12 proyectos de inversión en proceso de instalación que se estima deben arrancar operaciones en el segundo semestre del año, 50% de los cuales son proyectos industriales, 41,6% de servicios y el 8,4% restante del sector comercial. La cifra de estos proyectos suma más de USD 200 millones. En cuanto a proyectos con reinversiones, tenemos 3 proyectos en ejecución: 2 del sector de Químico y Plásticos que suman USD 51.4 millones y la generación de 70 nuevos empleos, y 1 proyecto de ampliación en el sector portuario. En cuanto a proyectos con decisiones tomadas, tenemos 13 empresas que confirmaron a BAQ como su centro de operación y 4 empresas industriales con proyectos de reinversión. Hasta la fecha, la proyección de inversión para el 2021 es de USD 269 millones en inversión y 3.000 empleos. Ver Anexo informe parcial. • **Inauguración centro de distribución Fricar, Junio de 2021** Alimentos FRICAR inauguró su centro de distribución en BAQ, ubicado en el parque logístico y comercial Caribe Verde en la

	circunvalar. Este proyecto de origen nacional representa una inversión aproximada de USD 457.143 y la generación de 19 empleos formales directos en BAQ. PB ha venido acompañando esta inversión desde sus inicios con información sobre incentivos tributarios, estudio salarial de cargos tecnológicos en ventas y mercaderistas, opciones inmobiliarias entre 400 y 500mt2, se les envió un listado de empresas de gestión humana y se les coordinó reuniones de trabajo. • **Reunión OPP Film Colombia y la Gobernación del Atlántico** PB viene apoyando de forma confidencial un megaproyecto de inversión de la empresa OPP Film, quienes están interesados en hacer una integración vertical hacia atrás en su cadena de producción. El propósito de la reunión fue socializar el proyecto ante la Sra. Gobernadora del ATL y el Secretario de Desarrollo Económico con el fin de darles a conocer esta gran oportunidad para el territorio y explorar posibilidades de exenciones o incentivos adicionales para una inversión de más de 1500 millones de pesos. OPP Film es una empresa peruana perteneciente al grupo empresarial Oben, el cual se dedica a la producción de láminas de polipropileno, poliéster y nylon para empaques flexibles, películas recubiertas para la industria gráfica y productos termoformados de polipropileno. Ver Anexo informe parcial. **1.1.1. Promoción proactiva de sectores estratégicos de la Gobernación del Atlántico** Dentro de las actividades que se han ejecutado en este último mes, se han buscado contactos proactivamente especialmente del sector agroindustrial. Vale destacar que durante Expo Alemania se lograron identificar 2 oportunidades con alto potencial de inversión en este sector que fueron Alemana C.A. y AcuiColombia (mayor detalle en sección de Expo Alemania). Adicionalmente, para la primera misión comercial en la ciudad de Bogotá que se llevará a cabo en el mes de agosto, PB está en la búsqueda de empresas procesadoras de alimentos que puedan estar interesadas en que las visitemos para compartir con ellas la propuesta de valor del departamento y explorar la posibilidad de una operación en el ATL. Actualmente tenemos conocimiento que Congelagro tiene intención de expansión hacia

	la Costa Caribe bajo el régimen franco y estamos buscando una reunión con ellos para hacer seguimiento a este proyecto. Congelagro es productora de comida congelada, conocidos por las papas fritas marca McCain. **1.1.2. Atención al inversionista potencial** En el periodo a reportar se han apoyado 23 oportunidades de inversión de empresas con interés en instalar operaciones en el ATL. De las empresas apoyadas, el 60,87% corresponden al sector industrial, el 30,43% al sector servicios y el 8,7% restante al sector comercial. Vale destacar que 5 de las 23 oportunidades apoyadas son casos de empresas en búsqueda de relocalizar sus operaciones de manufactura a territorios más económicos y cercanos a sus mercados de consumo. Adicionalmente, se reportan 6 agendas de inversión, de las cuales 4 ya confirmaron decisión por de instalación. Ver anexo 1. informe parcial. **1.1.3. Misiones comerciales internacionales** • Expo Alemania 2021 Entre el 6 y 9 de julio PB estuvo participando en Expo Alemania Latinoamérica, evento organizado por las cámaras binacionales en la región. El evento dirigido a profesionales y empresarios en LATAM y Alemania, empresas asociadas a las Cámaras Alemanas de LATAM y gremios especializados de LATAM y Alemania. Durante el evento, PB participó con un stand donde se proyectaron dos videos, un video de promoción de ciudad donde se muestra la propuesta de valor de BAQ y el ATL como destino de inversión, y el segundo contiene varios testimonios de empresas instaladas en el territorio contando su experiencia y las razones por las cuales tomaron decisión por BAQ. Adicionalmente, se colocó un banner con la campaña “Ven, vive” con el propósito de invitar a los asistentes a visitar BAQ y ATL para hacer negocios e invertir. Por último, el viernes 9 de julio PB hizo una presentación sobre la propuesta de valor del territorio dirigida a empresas interesadas

en expandir sus negocios a COL y que vean en BAQ Y ATL una ubicación estratégica para sus operaciones industriales y que utilicen el territorio como plataforma exportadora para llegar a mercados internacionales.

Ver anexo 2. informe parcial.

El 13 y 14 de julio se realizó la jornada de Networking donde se tuvieron reuniones 1 a 1 con empresas participantes para validar intereses en hacer negocios en COL y BAQ.

1.1.4. Misiones comerciales nacionales "ProBaq se toma las ciudades de Colombia"

La primera misión comercial nacional está prevista en la ciudad de Bogotá para finales del mes de agosto, la intención es que sea una agenda de 3 días con aproximadamente 4 reuniones por día. Las empresas a visitar son empresas con potencial de relocalización o que puedan estar interesados en una segunda planta de producción o centro de operación con vocación exportadora. Adicionalmente, aprovecharemos para retomar cuentas que en el pasado habían manifestado interés en realizar proyectos en el ATL.

Los primeros dos días de la agenda estarían enfocados en proyectos industriales y el último día sería enfocado en el sector de servicios. De esta forma logramos cubrir la diversidad de sectores con potencial de inversión en el departamento.

Ver anexo informe parcial.

1.1.5. Estrategia de Nearshoring

Los procesos de instalación de nuevas empresas bajo el concepto de Nearshoring avanzan de la siguiente manera:
Nuvia Smiles: Empresa de origen americano dedicada a la producción de implantes dentales ya se constituyó como empresa en BAQ y están terminando su proceso de calificación como usuario de zona franca en ZOFIA. Actualmente están esperando un documento por parte del INVIMA para que el Usuario Operador les de la calificación y puedan arrancar como tal la producción.
HJ Manufacturing: Empresa americana dedicada a la producción de envases biodegradables anunció su decisión por BAQ, la visitaron del 23 al 26 de junio para cerrar negociación de alquiler de bodega con alguna de las zonas francas y esperan arrancar

operaciones en el mes de septiembre de este año.
Step Up Andamios: Empresa de origen americano con producción en China tomó la decisión de instalar operaciones en BAQ. Actualmente cerraron la negociación de una bodega con Zona Franca La Cayena y se encuentra validando proveedores locales de sus materias primas y en negociación de precios con los mismos.
Door & Glass: Empresa con operación en Tampa, EU tomó la decisión de instalarse en Cartagena debido a que encontró una mejor oferta en cuanto a precio de mt2 de bodega en zona franca.
Time Ceramics: Empresa de origen Chino con proyecto de planta de producción de baldosa cerámica, para atender tanto mercado doméstico como regional vía exportaciones (USA y México). La empresa está considerando Cali por el acceso portuario por el pacífico y en la Costa Caribe están considerando BAQ y Cartagena. Hasta el momento la oferta de terrenos les ha parecido demasiado costoso por lo que el proyecto no ha seguido avanzando.

1.1.6. Trabajo articulado con interlocutores estratégicos

- Construyendo negocios juntos

PB participó como conferencista en el evento "Construyendo negocios juntos", el cual fue organizado en conjunto por las cámaras de comercio de las ciudades de Bogotá y BAQ. El evento estuvo dirigido a empresas del sector de la construcción, razón por la cual se presentó a BAQ y el ATL como destino de inversión para las empresas de esta industria y las oportunidades que brinda un territorio que sigue transformándose y que cuenta con una planeación de desarrollo urbano para los próximos 100 años.

- Socialización del programa Atlántico Acelera, Julio 8 de 2021

PB apoyó a la CCB, operador del programa ATL Acelera, con una jornada de socialización ante empresarios locales el pasado jueves 8 de julio. A este evento asistieron alrededor de 30 personas y su propósito fue dar a conocer detalles de esta convocatoria que busca ángeles inversionistas, interesados en invertir en empresas del ATL con alto potencial de innovación y crecimiento sostenido.

Ver anexo informe parcial.

	1.2. Retención de inversiones **1.2.1. Espacios de relacionamiento empresarial para la reactivación económica** Actualmente PB se encuentra en etapa de conceptualización y planeación de la Rueda de Negocios 2021, la cual se llevará a cabo el 6 y 7 de octubre. La fecha fue validada con dos eventos que por lo general se cruzan en la agenda: Caribe Biz y el Investment Summit de ProColombia. Para este año, tendremos una agenda académica en la jornada de la mañana del 6 de octubre, la cual la haremos presencial con transmisión digital desde Arena del Rio a través de la plataforma del evento Eventtia. A partir de la jornada de la tarde del 5 de octubre y al día siguiente sería el espacio para la programación de citas. Durante la agenda académica participará la Secretaría de Desarrollo Económico de la GOB con una conferencia de alrededor de 30-45min, la temática está pendiente por definir. 1.2.2. Banco de proyectos El Banco de proyectos busca aliados locales para asocio con empresas nacionales o extranjeras que quieran llegar a BAQ de la mano con un instalado que cuente con la experiencia y conocimiento del mercado doméstico. Ver anexo informe parcial. Ver anexo 3. 1.2.3. Espacio de relacionamiento público-privado Este espacio todavía no ha sido programado, se acostumbra a realizarse en el último trimestre del año. **2.1. Encuesta Anual de Entorno de Negocios de BAQ y el ATL** Avances Hasta la fecha se avanza en los ajustes al instrumento de entorno de negocios. Se espera a finales de julio contar con el instrumento finalizado, y la muestra seleccionada para así avanzar en la etapa de levantamiento de información entre los meses de agosto y septiembre. **2.3. Apoyo en identificación de oportunidades de inversión en sectores de Agroindustria, Energía y Turismo**

2. Desarrollar información de insumo para el proceso de atracción y retención de inversiones y de seguimiento al ambiente de negocios del territorio, para su posicionamiento como una plataforma estratégica y competitiva para las inversiones.	Avances PB plantea su enfoque de atracción y retención de inversiones para la Gobernación del Atlántico en tres sectores estratégicos: 1. Agroindustria; 2. Energías Renovables; 3. Energía; y 4. Turismo. En línea con esta priorización, se identificaron en un primer momento 142 empresas con propensión a invertir según el G-Score, índice calculado según un modelo de IA que identifica empresas de rápido crecimiento y que probablemente se expandirán en los próximos 12 a 18 meses. Ver anexo 4 informe parcial. **2.4. Sistema de información de Territorio** **Avances plataforma de visualización de data de territorio "Sistema de información de Territorio".** El componente busca construir una plataforma que facilite el acceso a indicadores de BAQ y el ATL con relevancia para la toma de decisiones de inversión. Contar con información de interés para el inversionista actualizada y consolidada en un mismo lugar facilitará la atención del equipo de inversiones al empresario y le permitirá al empresario indagar de manera independiente sobre las cifras del territorio más allá del apoyo del asesor. A la fecha se definieron los objetivos y pasos a seguir para avanzar en el proyecto que incluyen: • Identificar las categorías e indicadores que tienen relevancia para las decisiones de inversión. • Mapear las fuentes oficiales primarias o secundarias para el levantamiento y actualización periódica de los indicadores identificados. • Estructurar los procesos y formatos que permiten la actualización periódica de la información seleccionada para presentar. • Poner en marcha el piloto de la plataforma. • Mantener actualizada la plataforma con la información más reciente de cada indicador y promover su utilización entre públicos de interés. Ver anexo informe parcial. **2.5. Perfiles para reuniones estratégicas**

	A la fecha ProBarranquilla atendió un requerimiento de información de la Gobernación, listado a continuación: Información sobre: 1. Dinámica exportadora de la región Caribe en los dos últimos años (2020-2021) 2. Tejido empresarial 3. Resumen de la resiliencia durante la pandemia y lo que se espera al cierre de año 4. ¿Cómo se está trabajando en la atracción de negocios y nuevas oportunidades para la región? 5. ¿Qué significan hechos como que Disney y Netflix lleguen a filmar en Barranquilla? 6. ¿Se puede considerar que el Nearshoring sea el principal atractivo de la región? 7. El río Magdalena en cifras: kilómetros, dónde nace y termina, puntos importantes durante el recorrido, puertos, mercancías, cuánto se moviliza Ver anexo 5 y 6 informe parcial
3. Poner en marcha una mesa de Agenda Intersectorial de Territorio que fortalezca la propuesta de valor del territorio y optimice las condiciones relevantes del ambiente de negocios	**3.1. Entrega de documento de objetivos y seguimiento de la mesa de Agenda Intersectorial de Territorio** Se avanza en el proceso establecido para la puesta en marcha de la mesa de agenda intersectorial de territorio y en el diseño del plan de trabajo de este nuevo frente. Para este proceso se definieron tres fases principales: Conceptualización y diagnóstico, Puesta en marcha de la mesa, y Funcionamiento, seguimiento y evaluación. Como parte de la primera fase se adelantó ejercicio de entendimiento del entorno como parte de la fase de Conceptualización y diagnóstico. En este ejercicio se definió desarrollar entrevistas en profundidad a actores de relevancia para los objetivos de la mesa: miembros del comité asesor de Agenda Intersectorial y Data, actores del sector público, y organizaciones que han trabajado en iniciativas o publicaciones relacionadas con los factores habilitadores de inversión entre estos la Comisión Privada de Competitividad, Consejo Regional de Competitividad, Comité Intergremial del ATL, CCB, BAQ Cómo Vamos, y Fundesarrollo. Ver anexo 7 informe parcial

4. Promover y posicionar al departamento del Atlántico como un destino idóneo para desarrollar negocios, invertir y vivir, resaltando las ventajas competitivas y la transformación del Departamento.	**4.1 Posicionamiento de territorio como destino turístico** 4.1.2. Agenda de presentaciones de Destino - Turismo BLEISURE Espacios de entendimiento charlas turismo: entendiendo la importancia de mantener actualizados de las tendencias de la industria del turismo de eventos y reuniones a nuestros stakeholders, PB organiza charlas ProBarranquilla de turismo que le permitan a la unidad de servicios y a los asociados de PB conocer las tendencias mundiales de este frente y así resaltar el potencial del territorio aportando a las transformación y conocimiento de las empresas locales del este sector aprendiendo de los casos de éxito y transformación de la industria en la crisis resultado de la pandemia. Puede tener acceso a la charla en el siguiente link: https://www.youtube.com/watch?v=b4IArkIRhP4&t=56s Diseño de presentaciones del ATL como DESTINO turístico: para el cumplimiento de este compromiso, PB está coordinando una reunión con el equipo de turismo de la GOB del ATL con el fin de identificar los puntos más relevantes a tener en cuenta en la presentación así como la línea discursiva que se desea resaltar en la misma. **4.1.3. Productos de promoción - publicaciones estratégicas** En este frente PB trabaja en la identificación de los dos medios especializados que pueden resaltar la estrategia de turismo Bleisure con el fin de gestionar las publicaciones estratégicas detalladas en el convenio. En este frente de programa realizar las reuniones con los medios a finales del mes de agosto, identificar los especiales para poder gestionar las publicaciones en lo que queda del año. **4.1.4. Participaciones en ferias nacionales o internacionales (MICE - Bleisure)** Participación feria ANTO, 16, 17 y 18 de junio: Con el propósito de dar un impulso adicional a la reactivación del turismo en COL y la visibilización de distintas tipologías turísticas de los 32 departamentos del país se realizó ANATO. De manera paralela, los expositores y visitantes tenían a su disposición una plataforma para llevar a cabo agendas de manera virtual, para aquellos que no asistirán de manera presencial. Desde PB se lograron atender más de 10 reuniones en el marco del evento, generando también encuentros posteriores para generar relacionamiento y acciones en conjunto.

	Informe detallado en el siguiente link: https://docs.google.com/document/d/12kKgkP7QoXL9qLxD_VdjPxH9kFN0rv4_A0qK9-rJsSA/edit Participación en ferias nacionales/internacionales: PB gestionó la participación del destino en IBTM Américas 2021; la entidad se postuló en la convocatoria de ProColombia para asistir a la feria la cual se llevará a cabo del 18 al 19 de agosto en Centro Citibanamex de Ciudad de México. Por su parte la entidad participó en la Vitrina Turística Anato, la feria más importante de turismo en el país y se gestionó 25 reuniones entre virtuales y presenciales con organizadores de eventos para promocionar el destino. Informe de reuniones en el siguiente link: https://docs.google.com/document/d/12kKgkP7QoXL9qLxD_VdjPxH9kFN0rv4_A0qK9-rJsSA/edit Ver anexo informe parcial. **4.1.5. Rueda de Negocios de Turismo** Se propone revisar la ejecución de la rueda de negocios para el último semestre del año, previamente revisar metodología y base de datos de empresas estratégicas en conjunto con el equipo de destino y la CCB. **4.2. Marketing de Territorio** **4.2.1. ExpoProBarranquilla** ExpoProBarranquilla: el pasado 16, 17 y 18 de junio se llevó a cabo ExpoProBarranquilla de la mano con el periódico El Heraldo y El Tiempo. La jornada estuvo acompañada de la participación de expertos en economía circular, expertos en Data de Territorios y oportunidades globales de negocios. Como parte del informe de conexión durante los tres días se generaron más de 4000 mil conexiones únicas de la mano de nuestros aliados, e igualmente continuó generando más de 6000 mil reproducciones posteriores a las primeras dos horas de evento. En los anexos se encontrarán con el informe completo de impacto y conexión de ExpoProBarranquilla 2021 de cara al futuro en el que se podrán encontrar las evidencias de las publicaciones. Ver anexo 8 y 9 informe parcial. **4.2.2. Revista Destino - formato digital** Actualmente se encuentra la construcción de la

	conceptualización de la revista destino 2021, la cual busca tener un alcance nacional e impactar a los públicos objetivos empresariales e inversionistas. **4.3. Estrategia Posicionamiento Territorio Atlántico** **4.3.1 Campaña tipo paraguas** Como resultado de alianzas público-privadas nace la iniciativa Ven Vive, una campaña de promoción de territorio en la que PB representa al sector privado y es parte activa del plan de acción. En el marco de la campaña se identificaron alianzas con medios de comunicación a nivel nacional que respaldan el posicionamiento del destino. La campaña tiene como objetivo jalonar el proceso de reactivación económica resaltando los atributos del departamento como el mejor lugar para vivir, visitar, hacer negocios y estudiar. A partir del dos de junio se inició una activación en el marco de lanzamiento local en el malecón del río con la participación de Ana María Badel en la agenda principal del lanzamiento, a su vez el 17 de junio se realizó el lanzamiento de la campaña en el marco de la feria de turismo ANATO en la ciudad de Bogotá en compañía del Alcalde Jaime Pumarejo y la gobernadora Elsa Noguera de la Espriella. **4.3.2 Conceptualización y diseño** Entendiendo el concepto creado para la campaña, se trabajó posterior en la identificación de públicos potenciales y desglose de frentes estratégicos de trabajo para ampliar el alcance. Durante la ejecución del contrato se trabajó en evolución de presentaciones que permitieran identificar y amplificar el concepto inicial y así pasar al capítulo de adaptación de las piezas para los públicos y canales identificados. Para conocer sobre los avances de la presentación de la campaña tipo paraguas se puede acceder al siguiente drive: https://drive.google.com/drive/folders/1BeZWVqtpCtZQ1jRXQWGcWJ84eYzc-lyr?usp=sharing **4.3.3 Promoción en medios convencionales** Identificando el impacto de los medios tradicionales ante los públicos de interés de la campaña, se trabajará parte del despliegue de la mano con medios como revista SEMANA, Caracol Radio, Blu Radio entre otros. Desde el inicio del contrato se oficializaron los convenios con dichos medios para contar con

	visibilidad en radio y prensa. Los reportes de las publicaciones entregadas por cada medio contratado los pueden encontrar en el siguiente link: https://drive.google.com/drive/folders/18BR0U2a1RNok6BXCE6HfQE9nJeKWTrhF?usp=sharing **4.3.4 Promoción en medios alternativos y exteriores** Los medios alternativos y exteriores son parte fundamental al momento de ampliar el alcance de la campaña al ciudadano de a pie local y nacional, por ello se identificaron espacios estratégicos de vallas publicitarias de alto tráfico que permitieran llegar a estos públicos. Para acceder a los soportes de las publicaciones contratadas en medios alternativos, pueden acceder en el siguiente link: https://drive.google.com/drive/folders/1rx8brZ7njMybs2lDX9Mli5gvEIC9Fg2E?usp=sharing **4.3.5 Estrategia digital** Para el frente de estrategia digital se trabajó en las adaptaciones de los artes de la campaña que cumplieran con las especificaciones de los canales digitales identificados para la campaña. Se propone continuar en los próximos meses con más activaciones digitales que den sostenimiento de la iniciativa en estos canales. Para tener acceso a los artes adaptados a los canales digitales pueden hacer clic en el siguiente link: https://drive.google.com/drive/folders/1XsZmA9VBTVlNrFdfJTirQLbfo64-hQ4b?usp=sharing **4.3.6 Plataforma digital** Este capítulo se convierte en la herramienta perfecta para eliminar las distancias al permitir que la información contenida en la red sea compartida por cualquier persona en cualquier parte del mundo, a través de las herramientas computacionales existentes, como son: páginas web, aplicaciones móviles, foros, redes sociales, correo electrónico, etc. Por lo anterior se ha adelantado en la construcción de una plataforma digital que permitirá la visita de interesados en el destino en los frentes abordados. Si bien en este caso, la página web, tendrá adaptaciones, ajustes y actualizaciones permanentes, se cuenta con un primer entregable que refleja claramente la intención de la plataforma digital.

	Puedes visitar la página web de Ven Vive BAQ en los siguientes links: https://venvivebarranquilla.co/ https://venvivebaqatl.com/ **4.3.7 Material promocional** Toda campaña de territorio que desee persuadir directamente a un grupo de personas identificadas o enmarcadas en una actividad estratégica requiere de un acompañamiento de experiencia, detalle o suvenires que refleje lo que se expresa en la campaña. Para ello se adelantaron kits promocionales de la campaña los cuales fueron entregados a públicos objetivos estratégicos como periodistas, influenciadores y líderes de opinión. En el siguiente link podrán encontrar el detalle de la producción del material promocional del primer corte del convenio. https://drive.google.com/drive/folders/1RFdwk6E6VskJNugT284hHPx47QTbQlno?usp=sharing

Los soportes documentales (en los casos que aplique) del desarrollo de las actividades antes mencionadas son los siguientes: Informe detallado de actividades, anexos de las actividades desarrolladas (Fotos, piezas, informes a lugar, bases de datos, entre otros).

ORLENYS DIAZ PERTUZ , quien actúa en nombre y representación del DEPARTAMENTO DEL ATLANTICO, en calidad de Supervisor, deja constancia que el contratista ejecuto a cabalidad el objeto del contrato conforme a lo señalado en el Estudio previo y la propuesta presentada, como también la verificación del pago de las Estampillas Departamentales y de la acreditación del pago de seguridad social.

Se firma en Barranquilla, a los (25) días del mes de agosto de 2021.

FIRMA DEL SUPERVISOR
Identificación: 72.177.738

FIRMA DEL CONTRATISTA
Identificación: 32.774.783