Bogotá D.C. diciembre 20 de 2021

Señores
GOBERNACIÓN DE CUNDINAMARCA
Atn.: Lady Laura Zapata Cruz
Profesional Universitario de la Secretaría de Asuntos Internacionales
Oficina de Cooperación Internacional
Secretaría de Asuntos Internacionales
Ciudad

Ref.: Informe de entrega fase 2 - Contrato SAI-CMC-034-2021

Respetados Señores:

De manera atenta, Yo, Luz Marina Gamarra Barrios, identificada con C.C. No. 51.858.887 de Bogotá, actuando como representante legal de ACCESO DIRECTO ASOCIADOS SAS, en adelante ACCESO DIRECTO, con NIT 830.082.553-3, por medio de este documento presento el informe para el correspondiente pago del segundo desembolso pactado (70% del contrato) y establecido en la aceptación de la oferta.

A continuación, presentamos el informe sobre la culminación de la Fase 2, con la descripción y soportes de cada una de las actividades adelantadas por el equipo de nuestra agencia y relacionamos a continuación los entregables de la segunda etapa:

1. Cuatro (04) videos finales en el formato definido.

2. Documento formal de los derechos de pauta.

3. Cuatro (04) reportes de campaña por cada atractivo turístico el cual debe incluir los contenidos realizados, las métricas y análisis de cada uno

4. Un (1) informe final en el que se presente los resultados finales de la estrategia de promoción implementada.

Así mismo, adjunto a la presente comunicación la correspondiente carta de solicitud de desembolso.

Cordialmente,

Luz Marina Gamarra Barrios
Representante Legal

INFORME CONSOLIDADO Contrato SAI-CMC-034-2021
SEGUNDO DESEMBOLSO

OBJETO DEL CONTRATO: contratar la realización de una campaña de promoción y creación de contenido audiovisual de la marca territorial para el sector turístico del departamento de Cundinamarca, que involucre figuras públicas y/o creadores de contenido con alto impacto en las comunidades digitales.

Lo anterior busca promover una imagen favorable del Departamento a través de la marca territorial, que permita potencializar sus virtudes como destino turístico, destacando las diferentes actividades recreativas que ofrece y reactivando a los prestadores de servicios turísticos en esta nueva ola del turismo en el país.

Para ello, fuimos seleccionados como agencia y para dar cumplimiento contractual, realizamos en desarrollo de la segunda fase contratual: el desarrollo e implementación de la estrategia de promoción de la marca Cundinamarca, propuesta para los cuatro (4) atractivos turísticos en el Departamento, pertenecientes al proyecto “26 imperdibles de Cundinamarca” del Instituto Departamental de Cultura y Turismo de Cundinamarca, empleando contenidos de valor en canales digitales de influenciadores, afines al sector gastronómico y turístico, atrayendo tráfico de las audiencias adecuadas. Los imperdibles de los cuales dio alcance el presente contrato fueron: Choachí, Viotá, Guaduas, y los embalses de Tomité – Guatavita.

Dichos contenidos los produjimos con destino a las redes sociales y pagina web de la marca Cundinamarca, teniendo en cuenta que el sector turístico y gastronómico hace parte integral de la estrategia de promoción de la marca territorial.

Para la comprensión del alcance del contrato recibimos dos insumos informativos: “Imperdibles Guía Turística” y “Propuesta Idecut atractivos imperdibles”. Ver acta 1

A medida que se fue avanzando en el conocimiento de la información y tras algunas reuniones con el equipo de la Gobernación de Cundinamarca se fueron definiendo la importancia de puntualizar alcances estratégicos mediante documentos técnicos, que se adelantaron y se presentaron a consideración para su debida aprobación, así como el manejo de tiempos de la ejecución sobretodo por estar en un momento crucial que es el fin de año. Ver anexos:

- Entregable 1 Plan de acción (documento técnico en el que se presenta la estrategia de promoción de la marca en los imperdibles)

- Entregable 1 Plan de acción cronograma (detalla acciones y fechas de ejecución)
- Acta 1
- Acta 2

Con base en la planeación de la primera fase, se procedió con el alcance contractual, que dio como resultado la totalidad de los entregables acordados entre las partes, lo que constituye las **OBLIGACIONES ESPECÍFICAS DEL CONTRATISTA** así:

3. **Generar contenidos en video (reels / videopost.) para las redes de los creadores de contenido que se pueda compartir en las cuentas oficiales de la Marca Cundinamarca.**

Dentro de las publicaciones de cada influenciador se publicaron reels – videopost tanto en "Caleinte" como posterior, incluido el video producido por nuestra agencia que recopila la experiencia del influenciador.

Como soporte de las publicaciones se presenta el informe de las campañas donde están los pantallazos de las mismas.

- Informes campaña Choachi
- Informes campaña Viota
- Informes campaña Guaduas
- Informes campaña Sesquile - Guatavita

4. **Contar con un equipo profesional de producción y edición, logrando que el material audiovisual sea de alta calidad y se pueda publicar en los distintos canales digitales de difusión de la marca Cundinamarca (Redes Sociales y Pagina Web principalmente).**

La producción se hizo con el siguiente equipo profesional: CAMARA SONY ALPHA 3 lentes: prime canon 50 mm 16 mm, 70 – 200, 24 – 70 y un 105. Estabilizador roning 2rs y un dron mavick 2 zoom. El personal técnico estaba compuesto por: camarógrafo, asistente de cámara y piloto de dron certificado.

La postproducción se hizo con el siguiente equipo profesional: sala mac de 27 pulgadas, se editó sobre after effects y premier. El personal técnico estaba compuesto por: editor, graficador y animador.

Ver el anexo: Despliegue técnico por imperdible

5. **Garantizar la alta calidad de cada uno de los contenidos que se entregarán, en el formato requerido Horizontal 16:9, de tal forma que se puedan publicar en la plataforma a elección de la gobernación.**

Tanto para la grabación como para la edición se tuvo en cuenta el requerimiento de entregar los cuatro (4) videos es formato 16:9 para poder ser publicado en redes sociales y en la página web.

Ver anexo: Videos

6. **Producir y editar los contenidos de cada uno de los videos, incluyendo traslados y demás viáticos y costos logísticos que se requieran para llegar a los lugares definidos para las grabaciones.**

Para la realización de los 4 videos y el acompañamiento de los 3 influenciadores se hizo un trabajo de preproducción del cual se da cuenta en los anexos: entregable 4, en el cual se definieron planes de grabación y se definieron los costos logísticos. Adicionalmente, se tuvieron en cuenta y se cubrieron todos los costos de viáticos: transporte aéreo de uno de los influenciadores, transporte terrestre a cada destino del equipo de producción y de los influenciadores, alimentación y hospedaje en los cuatro destinos.

Para el desarrollo de dichas producciones se desarrollaron: scouting, avances visuales y escaletas, una por cada imperdible. Ver anexos:

- Entregable 3_ escaletas
- Entregable 3_ propuesta audiovisual, gráfica y scouting
- Preproducción Choachi
- Preproducción Viota
- Preproducción Guaduas
- Preproducción Sesquile - Guatavita

7. **Generar los derechos de pauta digital por 2 meses de dichos contenidos creados por la agencia (diciembre y enero), cuyo beneficiario principal sea el Departamento de Cundinamarca.**

Los derechos de pauta quedaron consignados con nuestra agencia en los contratos debidamente firmados con cada uno de los influenciadores, dichos

contratos se constituyen en soportes del documento que nuestra agencia entrega a la Gobernación, denominado Acuerdo formal de derechos de pauta. Ver:

- Acuerdo formal de derechos de pauta

8. **Incluir figuras públicas y/o creadores de contenido digital (Influenciadores), para que mediante la promoción en sus canales digitales generen tráfico orgánico a página web y redes sociales.**

Tras una ardua preselección entre más de 20 creadores de contenido con alto impacto en comunidades digitales (Influenciadores) que permitan promover la marca territorial y sus atractivos turísticos, así como visibilizar el trabajo de prestadores de servicios turísticos que son portadores del sello dorado de la marca Cundinamarca; tras reuniones con el equipo de la Gobernación se definieron 3 perfiles, cuya combinación llevó a 5 posibles escenarios, de lo cuales escogieron el compuesto por: María Isabel Puerta (2 destinos), Angélica Sánchez (1 destino) y Pedro Antonio González “Don Jediondo” (1 destino)
Entregable 2 Perfiles de los influenciadores

9. **Contar con un acuerdo de exclusividad con los perfiles de los influenciadores, por medio del cual pueda garantizar la generación de contenidos estructurados de manera que resulte orgánico para la marca y respetando la línea de comunicación de cada influenciador.**

Para la puesta en marcha del contrato con los influenciadores, nuestra agencia generó a su vez un contrato con cada uno de los tres influenciadores escogidos, dejando claro el compromiso de cumplimiento de fechas para el traslado al municipio “destino imperdible”, la importancia y el tono de los contenidos, el compromiso con las publicaciones, el requisito con la etiqueta #MarcaCundinamarca y el alcance requerido. Ver:

- Entregable 2 acuerdos de confidencialidad (Cartas de compromiso firmadas por los influenciadores)

10. **Crear historias de Instagram desde las cuentas de los perfiles de los creadores de contenido (influencers) derivando tráfico directo a los canales de la Marca Cundinamarca (Instagram y la página web). Las historias deben incluir además el @marcacundinamarca y cupones de descuento de los prestadores de servicios turísticos del municipio que cuenten con el sello dorado de la marca Cundinamarca. Como mínimo, se deben generar 3 contenidos en historias por cada imperdible (4) que debe tener una duración como mínimo de 45 segundos.**

Según lo acordado con cada uno de los tres (3) influenciadores, se hicieron varios tipos de publicaciones, unas en “caliente”, durante su visita al destino turístico y otras posteriores en las que se evidenciara la experiencia en el destino y así invitar a que sus seguidores se volvieran turistas para los cuatro destinos objeto de la presente estrategia de divulgación. Así las cuentas de Instagram de los influenciadores fueron las redes sociales escogidas y desde ellas, con el contenido generado, se derivó tráfico directo a los canales de la Marca Cundinamarca (Instagram y la página web.

En las historias se cumplió con la etiqueta prevista a @marcacundinamarca. Los cupones de descuentos que se esperaban no fueron incluidos, pues no lo tenían definidos en ninguno de los destinos visitados. En los videos se destacaron los operadores que tenían sello dorado (2 artesanos: uno en Choachí y otro en Guatavita, y 1 operador turístico en Guaduas), en Viotá no se encontró operador con sello dorado.

El número de publicaciones que se acordó con cada influenciador varió según el alcance estimado de cada cuenta, producto del análisis de nuestra agencia. Y así lo mínimo pedido a ellos fue:

Influenciador	Reels	Historias	Post
@RutasDeIsa (2 destinos)	6	30	6
@DonJediondo (1 destino)	2	6	2
@angieviaja (1 destino)	4	21	3

Lo anterior supera al número de publicaciones esperadas y exigidas contractualmente.

Como soporte de las publicaciones se presenta el informe de las campañas donde están los pantallazos de las mismas.

- Informes campaña Choachi
- Informes campaña Viota
- Informes campaña Guaduas

Informes campaña Sesquile - Guatavita

11. **Generar historias destacadas en cada uno de los perfiles seleccionados incluyendo los contenidos de las historias publicadas por periodo de 2 meses para que las audiencias puedan revisar cupones de descuentos otorgados y demás información de los prestadores de servicios turísticos.**

En cumplimiento con lo acordado contractualmente, a través de las cuentas de los influenciadores contratados se publicaron historias destacadas, éstas incluyen las historias publicadas por periodo de 2 meses. Las historias destacaron los operadores turísticos que cada destino tiene que fueron visitados o cuyo servicio fue utilizado, como parte de la experiencia del influenciador en el destino.

Como soporte de las publicaciones se presenta el informe de las campañas donde están los pantallazos de las mismas.

- Informes campaña Choachi
- Informes campaña Viota
- Informes campaña Guaduas
- Informes campaña Sesquile - Guatavita

12. **Generar contenidos que permitan que, el alcance esperado de la campaña tenga como base 1.800.000 de cuentas únicas alcanzadas.**

En cumplimiento con lo acordado contractualmente, a través de las cuentas de los influenciadores contratados se publicaron historias destacadas. En aras de dar cumplimiento a la meta de cuantas alcanzadas, nuestra agencia creó una estrategia frente a la meta de 1.8 millones de cuentas alcanzadas, poniendo a su vez una meta a cada influenciador, con la cual da cumplimiento a lo acordado con la Entidad.
E Como soporte de los contenidos se presenta el informe de las campañas donde están los pantallazos relacionados.

- Informes campaña Choachi
- Informes campaña Viota
- Informes campaña Guaduas

Informes campaña Sesquile - Guatavita

13. **Realizar seguimiento constante a los contenidos publicados, verificando su óptimo desarrollo y acciones, comentarios y likes. Adicionalmente debe garantizar acceso a los analytics de cada influenciador para obtener la información numérica precisa y poder elaborar los respectivos reportes a la gobernación.**

Los contenidos publicados se moniterearon permanentemente, no sólo durante la visita del influenciador en cada destino, sino posterior para garantizar la calidad de las publicaciones acordadas. Dicho seguimiento nos permitió analizar cómo iba la métrica y recomendar más publicaciones en uno de los casos, pues los números no nos permitirían llegar a la meta. El correctivo se hizo hasta obtener el resultado previsto.

Como soporte del seguimiento se presenta el informe de las campañas, que evidencia dicho trabajo

- Informes campaña Choachi
- Informes campaña Viota
- Informes campaña Guaduas
- Informes campaña Sesquile - Guatavita

14. **Garantizar acceso a los analytics de cada influenciador para obtener la información numérica precisa y poder elaborar los respectivos reportes a la gobernación.**

Gracias a la herramienta digital con la que cuenta nuestra agencia Hotsuit, y al acceso a las cuentas de Instagram contratadas, se pudo llegar a la data necesaria para hacer el análisis pertinente.

Como soporte de las publicaciones se presenta el informe de las campañas el cual fue sacado con la plataforma usada, lo que se evidencia con el logotipo de la misma..

- Informes campaña Choachi
- Informes campaña Viota
- Informes campaña Guaduas
- Informes campaña Sesquile - Guatavita

15. **Contar con plataformas y mecanismos certificados para la determinación de alcances en cada perfil y las respectivas publicaciones de cada caso.**

Esto con el objetivo de que pueda presentar reportes de los alcances que está teniendo la implementación de la estrategia.

Nuestra agencia cuenta con Hotsuit para hacer seguimiento de redes sociales y específicamente para el caso del desarrollo de este contrato, poder acceder a la data necesaria.

Como soporte del uso de Hotsuit se presenta el informe de las campañas donde se usó dicha plataforma.

- Informes campaña Choachi
- Informes campaña Viota
- Informes campaña Guaduas
- Informes campaña Sesquile - Guatavita

16. **Incluir en la presentación de su propuesta la información requerida de cada perfil (influenciador), en cuanto a la demografía de su audiencia, el engagement y rendimiento de su cuenta, para garantizar a la gobernación el cumplimiento de sus requerimientos y objetivos del proyecto. Estos perfiles deberán ser revisados y aprobados por el supervisor del contrato.**

Los perfiles de los tres influenciadores escogidos y su trabajo en redes sociales fueron determinantes para ser escogidos. La demografía, engagement y rendimiento de cada una de las cuentas se tuvo en cuenta y se presentó en las reuniones definitivas para la selección de los tres perfiles. Ver:

- Acta 3
- Entregable 2_Perfiles de los influenciadores

17. **Garantizar que los contenidos creados van fijos en el perfil de cada influenciador, así como podrán ser compartidos en las cuentas oficiales de la marca Cundinamarca**.

Así como se acordó en el contrato y lo establecido a su vez con los influenciadores por parte de nuestra agencia, además del seguimiento hecho a los generadores de contenido, nos permitió garantizar que hubiera contenidos fijos en el perfil que facilitara y permitiera que Marca Cundinamarca pudiera replicar desde su cuenta oficial.

Como soporte de los contenidos fijos se presenta el informe de las campañas donde están los pantallazos de las mismas.

- Informes campaña Choachi
- Informes campaña Viota
- Informes campaña Guaduas

Informes campaña Sesquile - Guatavita

18. Cada contenido que se desarrolle deberá ser aprobado por la gobernación. Los contenidos se deben enviar con tiempo previo y realizar los ajustes solicitados en caso de requerirlo.

Los contenidos publicados en caliente no permitieron revisión previa. Pero, en los casos que se requirieron ajustes se solicitaron al influenciador y se hicieron. Por su parte los contenidos audiovisuales que fueron creados por la agencia contaron con varias revisiones y se hicieron los ajustes necesarios para estar acordes con el manejo de la marca que los manuales previamente compartidos señalaban. Así mismo, se corrigieron algunos detalles de contenido. Las aprobaciones fueron recibidas mediante mensajería whats app, y posteriormente se formalizaron por correo electrónico como se evidencia a continuación:



Re: videos Contrato SAI-CMC-034-2021. - Mensaje (HTML)

ARCHIVO MENSAJE

martes 21/12/2021 4:51 p. m.

Maryluz Rozo Rodriguez <maryluz.rozo@cundinamarca.gov.co>

Re: videos Contrato SAI-CMC-034-2021.

Para Gerencia - Acceso Directo; Lady Laura Zapata Cruz; Andres Mauricio Bernal Florez; comercial@accesodirecto.com.co

CC Luis Edilberto Chaves Alvarado; Luisa Fernanda Valdivieso Mendoza; 'Camila Hernandez'

Respondió a este mensaje el 21/12/2021 9:20 p. m..

Si hay problemas con el modo en que se muestra este mensaje, haga clic aquí para verlo en un explorador web.

Buenas tardes Luz Marina,

De acuerdo con el link enviado, los videos de Choachí y Viotá quedan aprobados por parte de la Secretaría de Prensa y Comunicaciones. Por otro lado, está en aprobación la video de Guaduas y pendiente el envío por parte de ustedes, del que corresponde a Guatavita-Sesquilé.

Solicitamos realizar el envió de los videos finales antes del 24 de diciembre, para proceder con su respectiva publicación y así ustedes puedan generar los informes de alcance, antes del 31 de diciembre, según los lineamientos del contrato.

Quedo atenta.

Maryluz Rozo Rodríguez

De: Gerencia - Acceso Directo <gerenciacyp@accesodirecto.com.co>
Enviado: martes, 21 de diciembre de 2021 1:41 p. m.
Para: Lady Laura Zapata Cruz; Andres Mauricio Bernal Florez; comercial@accesodirecto.com.co
Cc: Luis Edilberto Chaves Alvarado; Luisa Fernanda Valdivieso Mendoza; 'Camila Hernandez'; Maryluz Rozo Rodriguez
Asunto: RE: videos Contrato SAI-CMC-034-2021.

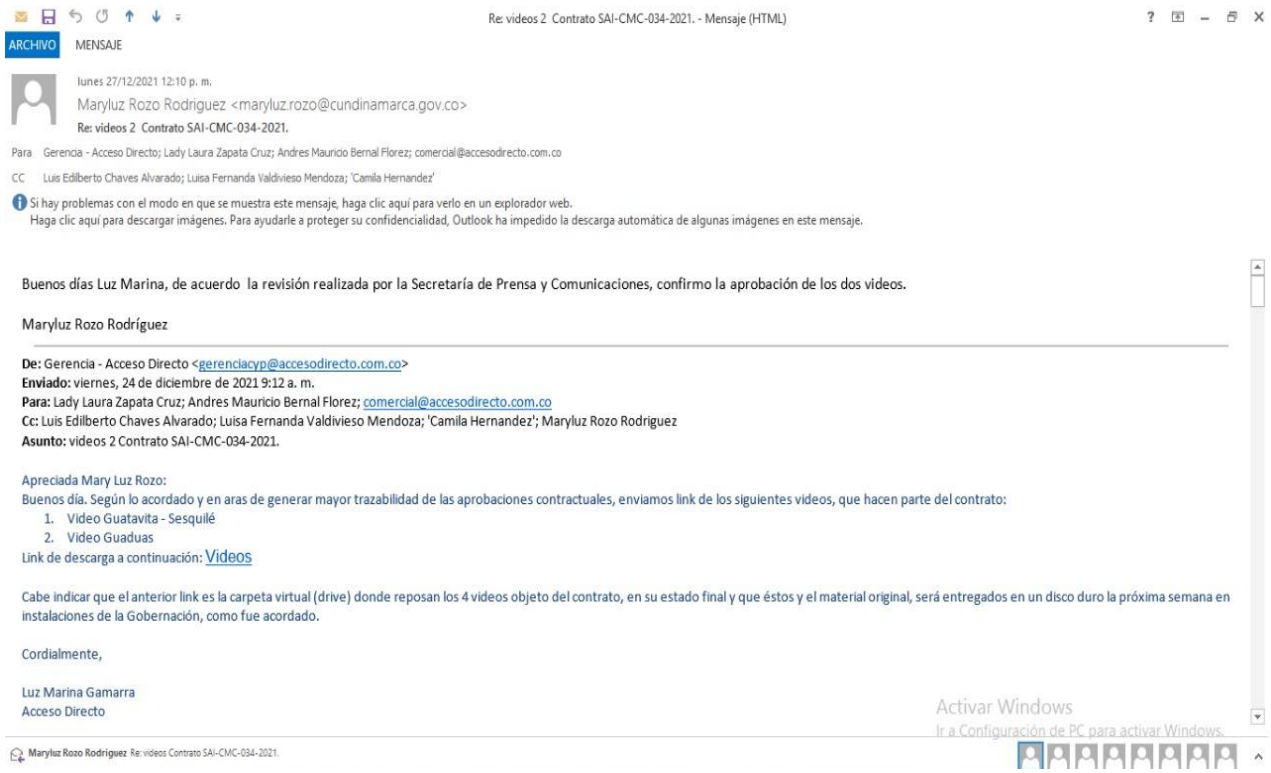
Apreciada Mary Luz Rozo:
Buenas tardes. De acuerdo con solicitud vía whatsapp y en aras de generar mayor trazabilidad de las aprobaciones contractuales, enviamos link de los siguientes videos, que hacen parte del contrato:

1. Video Choachí
2. Video Viotá

Link de descarga a continuación: Videos

Activar Windows
Ir a Configuración de PC para activar Windows.

Maryluz Rozo Rodriguez Re: videos 2 Contrato SAI-CMC-034-2021.



Re: videos 2 Contrato SAI-CMC-034-2021. - Mensaje (HTML)

ARCHIVO MENSAJE

lunes 27/12/2021 12:10 p. m.

Maryluz Rozo Rodriguez <maryluz.rozo@cundinamarca.gov.co>

Re: videos 2 Contrato SAI-CMC-034-2021.

Para Gerencia - Acceso Directo; Lady Laura Zapata Cruz; Andres Mauricio Bernal Florez; comercial@accesodirecto.com.co

CC Luis Edilberto Chaves Alvarado; Luisa Fernanda Valdivieso Mendoza; 'Camila Hernandez'

Si hay problemas con el modo en que se muestra este mensaje, haga clic aquí para verlo en un explorador web.
Haga clic aquí para descargar imágenes. Para ayudarle a proteger su confidencialidad, Outlook ha impedido la descarga automática de algunas imágenes en este mensaje.

Buenos días Luz Marina, de acuerdo la revisión realizada por la Secretaría de Prensa y Comunicaciones, confirmo la aprobación de los dos videos.

Maryluz Rozo Rodríguez

De: Gerencia - Acceso Directo <gerenciacyp@accesodirecto.com.co>
Enviado: viernes, 24 de diciembre de 2021 9:12 a. m.
Para: Lady Laura Zapata Cruz; Andres Mauricio Bernal Florez; comercial@accesodirecto.com.co
Cc: Luis Edilberto Chaves Alvarado; Luisa Fernanda Valdivieso Mendoza; 'Camila Hernandez'; Maryluz Rozo Rodriguez
Asunto: videos 2 Contrato SAI-CMC-034-2021.

Apreciada Mary Luz Rozo:
Buenos día. Según lo acordado y en aras de generar mayor trazabilidad de las aprobaciones contractuales, enviamos link de los siguientes videos, que hacen parte del contrato:

1. Video Guatavita - Sesquilé
2. Video Guaduas

Link de descarga a continuación: Videos

Cabe indicar que el anterior link es la carpeta virtual (drive) donde reposan los 4 videos objeto del contrato, en su estado final y que éstos y el material original, será entregados en un disco duro la próxima semana en instalaciones de la Gobernación, como fue acordado.

Cordialmente,

Luz Marina Gamarra
Acceso Directo

Activar Windows
Ir a Configuración de PC para activar Windows.

Maryluz Rozo Rodriguez Re: videos Contrato SAI-CMC-034-2021.

19. Entregar un informe final desde el inicio de la ejecución hasta el final mostrando los resultados consolidados de la campaña en cuanto a derivación de tráfico, alcance y aumento de seguidores de las cuentas oficiales de la Marca Cundinamarca y el sitio web"

Se entregan Cuatro (04) reportes de campaña por cada atractivo turístico el cual debe incluir los contenidos realizados, las métricas y análisis de cada uno y así mismo se entrega un (1) informe final en el que se presentan los resultados finales de la estrategia de promoción implementada. Ver informes:

- Informes campaña Choachi
- Informes campaña Viota
- Informes campaña Guaduas
- Informes campaña Sesquile - Guatavita
- Informes final estrategia