ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTION CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI) **INFORME DE SUPERVISIÓN DE CONTRATO**	MAJA01.04.03.18.P02.F03	
		VERSIÓN	1
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	01/oct/2019

1. TIPO DE INFORME	
INFORME PARCIAL [X]	INFORME FINAL [ ]
Cuota Número 1	
2. ASPECTOS GENERALES DE CONTRATO Y SU EJECUCIÓN	
Contrato No.4172.010.26.1.133 de 2019.	
Nombre del contratista: TIEMPOS Y ESPACIOS S.A.S	
Documento de identificación del Contratista: NIT. No. 805.017.876-1	
Nombre (s) del supervisor (es): LUZ DORIAN CRUZ VALDES	
Organismo: Secretaria de Turismo	No. Teléfono: 8811115
Objeto del contrato No.4172.010.26.1.133 de 2019. Realizar la difusión de material promocional de la oferta turística de la ciudad a nivel nacional e internacional, en publicaciones de medios de comunicación con circulación de alto impacto en divulgación de destinos, en atención al proyecto denominado "APOYO A LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCION TURISTICA DE SANTIAGO DE CALI".	
3. INFORME JURÍDICO	
Fecha de Inicio	Fecha Terminación
03/10/2019	30/11 /2019
Modificación al contrato:	
Suspensión:	
Reanudación:	

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Cesión:

Terminación anticipada:

4. INFORME CONTABLE Y FINANCIERO

Valor inicial del contrato: CIENTO CINCUENTA Y SEIS MILLONES SETECIENTOS DIESIETE MIL PESOS ($156.717.000).

Adición:
NA.

Prórroga:
NA.

Resumen contable y financiero:

Valor Total del Contrato	Valor Cuota a Cancelar	Valor Acumulado Cancelado	Saldo por Cancelar
$ 156.717.000	$47.015.100	0	$109.701.900

INFORMACIÓN DEL PAGO DE SEGURIDAD SOCIAL

PERSONA JURÍDICA: Tiempos y Espacios S.A.S
FECHA DE CERTIFICACIÓN: 28 de octubre de 2019
REPRESENTANTE LEGAL: German Torres Núñez
La certificación será expedida por el Revisor Fiscal o por Representante Legal de acuerdo a los requerimientos de Ley.

PERSONA NATURAL:
Datos Certificación o Planilla de Pago de persona Natural
No. Planilla:
No. PIN, Autorización, Referencia, Pago:
Operador:
Fecha de Pago:
Periodo de Pago de la Seguridad Social:

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

Observaciones al informe contable y financiero:
Se procede al primer pago del 30% del valor del contrato previa entrega de los requisitos establecidos en el contrato, previa recibo y aprobación de la supervisión y el apoyo designado.

5. INFORME TÉCNICO

Se recibe a entera satisfacción del DISTRITO DE SANTIAGO DE CALI, los servicios con base en las condiciones establecidas en el Contrato No. 4172.010.26.1.133 de 2019 y que a continuación se describen:

De conformidad en lo establecido en la cláusula Décima Sexta, se presenta el informe de supervisión teniendo en cuenta el alcance del objeto y las especificaciones técnicas definidas en el anexo técnicas:

Para el cumplimiento de la primera fase del proyecto relacionado en el informe técnico, la empresa contratada realizo el trabajo con una profesional en Diseño Gráfico, especialista en Mercadeo, con una *maestría en curso de Neuromartketing, l*a cual realizó el análisis de medios de comunicación, con el objetivo de proponer diferentes alternativas, buscando la que mejor se ajuste al objeto contractual y al propósito, como es aquel de promover la ubicación de Santiago de Cali a través de medios impresos y/o digitales como un destino turístico nacional e internacional

ITEM	DESCRIPCION DE LOS SERVICIOS
1	Revisión del diseño de piezas gráficas en medios impresos y/o digitales, para la promoción turística de Cali en medios de impacto nacional e internacional Se entregó un informe de análisis del perfil de turistas y visitantes de Santiago de Cali, basándose en datos arrojados por organizaciones como el Dane, Situr, Onu, entre otros; permitiendo así identificar un público objetivo o buyer persona, en el que se basará el desarrollo de la estrategia. Inicialmente, se analizó la población colombiana identificando la cantidad de habitantes, datos demográficos y porcentaje por género en Colombia. Posteriormente se identificó cuál es el público que actualmente visita Cali y la razón de su visita; seguido a ello, se encontró el porcentaje de

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

	la población global y el aporte que Colombia y los distintos países se Suramérica hacen a las estadísticas de visitas anuales a la ciudad. Se realizó un comparativo de Colombia y la población sur americana, dentro del análisis; como último se tomó como referencia del perfil del turista que visita la ciudad vs la población global y la población colombiana, en la que se identificó que un 80,4% de los turistas son colombianos y un 19,6% son extranjeros. En el análisis se describieron las edades, el porcentaje entre el género femenino y el género masculino e identificaron los motivos por los que se visita la ciudad, de acuerdo con las tres primeras métricas, se realizó una investigación por medio de la plataforma MYCROSTRATEGY el análisis del Buyer persona, identificando sus intereses, gustos, comportamientos, edad promedio, genero, estilo de vida y preocupaciones. De acuerdo con la información obtenida, en la etapa de la definición del Buyer Persona, se encontraron algunos medios de comunicación que corresponden con dicho proceso, y con los requerimientos iniciales. El soporte del trabajo realizado se entregó en medio físico, el cual incluye diapositivas, datos estadísticos y conclusiones.
2	Informe de revisión y análisis de la identificación de las piezas gráficas publicitarias de promoción de destinos. Con el fin de identificar el tipo de campaña a implementar en la propuesta se realizó un Benchmarking *(comparativo),* de ciudades de Colombia y Suramérica, para analizar el tipo de campañas y estrategias de países y ciudades. Como primer paso, se tomó como ejemplo una estrategia de *Pro Colombia* identificada como *COLOMBIA SIENTE EL RITMO*, una campaña mixta con el objetivo de crear un proyecto transmedia, en el que todas las plataformas son medios de comunicación estratégica de la campaña como, por ejemplo: vallas publicitarias, catálogos digitales, campaña audiovisual, campaña de redes sociales, campaña medios impresos y creación de pabellones. Más adelante, se analizó la campaña que llevó a cabo BOCA DEL RIO, una campaña que tuvo como propósito mostrar los distintos sectores de interés turístico que tiene la localidad de Veracruz

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

	México, realizando una campaña mixta incluida en distintos medios como vallas, pantallas, volantes y brochure. Por último, dentro del proceso de Benchamarking *(comparativo)*, se rastreó la campaña impresa que realiza BUENOS AIRES, centrándose en sus destinos más visitados, en el cual realiza unos ejemplares impresos, caracterizando cada uno con el interés de público actual que visita la ciudad. Una vez se hizo la comparación de dichos destinos turísticos, se estructuró una propuesta de plan de medios, para cumplir con el objeto del contrato y sus especificaciones. Dividiendo el porcentaje de acción en dos partes, un 60% para la campaña impresa y un 40% para la campaña digital. Con el objetivo de llegar por medio de los ejemplares impresos a la población nacional, local y Santiago de Cali, y en lo digital, apuntando al incremento de la comunidad digital global.
3	Agotado el proceso de investigación, análisis y comparación, se elabora un documento que le permitió a la Secretaría de Turismo de Cali, con fundamento en el apoyo del contratista determinar las temáticas a difundir, que resultan de interés del público. Se escogieron 6 medios de comunicación, entre los cuales 3 corresponden a revista Semana, ejemplar Avianca y el ejemplar de El Espectador Buen Viaje. En digital se escogieron El País digital, con el fin de llegar a la población nacional y local, google Adwords, YouTube y redes sociales con el objetivo de incrementar la comunidad digital. La escogencia de estos medios de comunicación, se determinó debido a que Revista Semana cuenta con un tiraje de 1'271.7000 impresos, distribuidas principalmente en las ciudades capitales del país. Por su parte revista Avianca, tiene un potencial de hasta 4.000.000 de ejemplares, distribuida en vuelos nacionales e internacionales. Finalmente, Revista Buen Viaje, una separata impresa del diario El Espectador, impresa a full color, en la que se difunde información clave sobre destinos turísticos, ofrece una capacidad hasta de 8.000 ejemplares.

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

2. RECOMENDACIONES PARA EL CONTRATISTA

No se hicieron recomendaciones.

3. FIRMAS RESPONSABLES

Luz Dorian Cruz Valdés
Nombre y firma del Supervisor

Daniela Muñoz

Nombre y firma del Apoyo a la Supervisión

Fecha de suscripción del informe de supervisión: Santiago de Cali, Noviembre 07 de 2019

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.