INFORME FINAL DE EJECUCIÓN

ALCALDÍA MAYOR DE CARTAGENA DE INDIAS
SECRETARÍA DE TURISMO DISTRITAL

CONTRATAR LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN NO CONVENCIONAL PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN A CARGO DE LA SECRETARIA DE TURISMO DEL DISTRITO DE CARTAGENA

DICIEMBRE 2025

Calle 73 # 40-350 Tel: (035) 309-2201 Cel: (+57)350 5986697

administrativo@sinfiltro.co Barranquilla – Colombia

INFORME FINAL IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN NO CONVENCIONAL PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN A CARGO DE LA SECRETARIA DE TURISMO DEL DISTRITO DE CARTAGENA.

El presente informe se expide en cumplimiento de lo establecido en la Cláusula 9.15 del contrato SAMC-SEGD-003-L2-2025, mediante la cual el contratista debe entregar un informe documentado, detallado y verificable que dé cuenta del desarrollo de las actividades contratadas y de los resultados obtenidos.

FICHA TÉCNICA DEL INFORME Y CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO

Contrato No. SAMC-SEGD-003-L2-2025
Modalidad: Monto Agotable
Valor Inicial: $556.454.508
Valor Adicional: $215.708.283
Plazo: Hasta el 31 de diciembre de 2025
Contratante: Distrito de Cartagena de Indias – Secretaría de Turismo
Nit.: 890.480.184-4
Domicilio: Cartagena
Contratista: SIN FILTRO S.A.S. BIC
Nit: 900.774.452-1
Representante Legal: JEAN CARLO ANGARITA BARROS
Identificación: 1.129.573.551 de barranquilla

OBJETO DEL CONTRATO: Contratar la implementación de estrategias de comunicación no convencional para el desarrollo de los proyectos de inversión a cargo de la Secretaría de Turismo del distrito de Cartagena.

Estado de avance del Contrato No.: SAMC-SEGD-003-L2-2025 se ha cumplido al 100% según las solicitudes de la Secretaría de Turismo de Cartagena.

ACTIVIDADES

PROGRAMA	ITEM	DESCRIPCIÓN	% CUMPLIMIENTO
Programa 1 - Fortalecimiento y Formalización	**1.1**	Conceptualización, diseño, ejecución y control de las actividades. Coordinación general; organización, disposición y asignación de todos los recursos e información disponibles para ejecutar las acciones.	**100%**
	1.2	Realización de actividades experienciales con componente vivencial, enfocadas en resaltar la identidad gastronómica, cultural y patrimonial del Distrito, integrando la participación de emprendedores y la interacción directa con el público objetivo.	**100%**
	1.3	Generación de contenido en plataformas no tradicionales: podcasts y/o microvideo y/o streaming en redes emergentes y/o colaboraciones con creadores de contenido para diversificar canales y maximizar la visibilidad del proyecto. Incluye: -Producción de podcast o streaming temáticos.	**100%**

PROGRAMA	ITEM	DESCRIPCIÓN	% CUMPLIMIENTO
		Episodio corto y conversacional donde se destaquen avances del proyecto, buenas prácticas, historias de impacto y contenido educativo relacionado con los objetivos del contrato. -Creación de microvideos. 2 piezas de 10 a 60 segundos para plataformas comoTiktok, Reels o Shorts enfocadas en contenidos dinámicos que muestren actividades o resultados de la estrategia de turismo de la alcaldía de Cartagena. -Colaboraciones con creadores de contenido. Articulación con microinfluencers o creadores afines para amplificar mensajes del proyecto. Integración de contenido compartido que permita llegar a audiencias especificas o emergentes. -Distribución estratégica en redes emergentes. Publicación y adaptación del contenido en plataformas donde se concentran audiencias jóvenes o de rápido crecimiento, optimizando el formato según la red utilizada (vertical, corto, interactivo, etc.)	

PROGRAMA	ITEM	DESCRIPCIÓN	% CUMPLIMIENTO
Programa 2 – Ordenamiento de Playas	**2.1**	Diseño de campaña Ref.: Ordenamiento de Playas: Desarrollar la conceptualización, planificación y producción integral de una campaña de comunicación y sensibilización dirigida a turistas, prestadores de servicios y comunidad local, con el objetivo de promover el uso responsable, seguro y sostenible de las playas del Distrito de Cartagena. Incluye: -Desarrollo de material gráfico para la campaña de ordenamiento de playas. -Desarrollo grafico de 20 piezas para las RRSS de la secretaria de turismo que refuercen el mensaje en temporada de fin de año	**100%**
	2.2	Activación BTL con componente educativo: Instalación de puntos de experiencia en playa para enseñar buenas prácticas de uso responsable de playas. Campañas de sensibilización con guardianes del turismo en playa, toma de guerrilla u otro componente disruptivo, material informativo que promueva el	100%

PROGRAMA	ITEM	DESCRIPCIÓN	% CUMPLIMIENTO
		ordenamiento de playas, desarrollo de piezas audiovisuales y gráficas, y contenido para redes sociales, con alcance mínimo definido y medición de impacto.	
Programa 3 – Promoción Turística	**3.1**	Conceptualización, diseño y adaptaciones de arte de una campaña integral para la promoción de las temporadas turísticas en la ciudad, incluyendo elementos para la fase de lanzamiento e inicio de cada una de las temporadas y ajustes de diseño pertinentes al paquete de entregables, con el fin de fortalecer el posicionamiento de la ciudad.	100%
	3.2	Desarrollo de experiencias de marketing no convencional para conectar de manera directa y memorable con turistas y residentes, reforzando el posicionamiento del destino. Incluye: activaciones experienciales en playas, plazas, aeropuertos y puertos de cruceros; componentes culturales, artísticos y patrimoniales; tecnologías digitales como QR, realidad	100%

PROGRAMA	ITEM	DESCRIPCIÓN	% CUMPLIMIENTO
		aumentada, proyecciones inmersivas, fotopoints, contenidos gamificados, entre otros; cobertura y amplificación digital para aumentar recordación y alcance.	
	3.3	Paquete de entregables representativos de la identidad cultural, gastronómica y/o patrimonial de Cartagena, concebidos como piezas de valor que fortalezcan la recordación del destino. Incluye: selección de artículos con identidad local (artesanías, textiles, accesorios, piezas utilitarias o decorativas inspiradas en símbolos de la ciudad); empaque sostenible alineado con criterios ambientales y de turismo responsable; estrategia de distribución dirigida a públicos estratégicos (visitantes VIP, prensa especializada, influencers, delegaciones y participantes en eventos clave).	100%
	4.1	Diseños gráficos necesarios para la interfaz, pruebas requeridas, supervisión de instalaciones y funcionamiento,	100%

PROGRAMA	ITEM	DESCRIPCIÓN	% CUMPLIMIENTO
Programa 4 – SVC		diagramación de APP, bloqueos de páginas.	
	4.2	Implementación de acciones itinerantes mediante Tótems Digitales en puntos estratégicos del Distrito con alto flujo de visitantes. Dispositivos interactivos de libre acceso que funcionarán como puntos de información turística. Características: pantalla táctil de 43" a 55", grado de protección mínimo contra polvo y agua, conexión a internet (cableada, Wi-Fi y/o 4G/5G), fuente de poder con protección contra picos de voltaje. Contenido administrado y actualizado de forma continua.	100%
	4.3	Implementación de acciones itinerantes mediante soluciones de electromovilidad adaptadas en el Distrito. Vehículo eléctrico de cero emisiones, homologado para uso urbano, con autonomía entre 50 y 100 km por carga y capacidad de recarga rápida. Adaptaciones incluyen: cabina y mostrador de atención al público, módulos de almacenamiento para	100%

PROGRAMA	ITEM	DESCRIPCIÓN	% CUMPLIMIENTO
		material promocional, sistema eléctrico interno para operar equipos digitales, pantalla digital interactiva o monitor informativo, sistema de sonido para difusión de mensajes, conectividad Wi-Fi/datos, iluminación diurna y nocturna. Identidad visual: rotulado completo con la imagen institucional del Distrito y mensajes de promoción turística.	

ENTREGABLE DE ACTIVIDADES REALIZADAS "CONTRATAR LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN NO CONVENCIONAL PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN A CARGO DE LA SECRETARIA DE TURISMO DEL DISTRITO DE CARTAGENA."

PROGRAMA 1 – FORTALECIMIENTO Y FORMALIZACIÓN

Ítem 1.1: Conceptualización, diseño, ejecución y control de las actividades, coordinación general; organización, disposición y asignación de todos los recursos e información disponibles para ejecutar las acciones.

Se realizó la conceptualización, diseño, ejecución y control de las actividades previstas, garantizando la coordinación general del proceso y la correcta organización, disposición y asignación de los recursos humanos, técnicos, logísticos y de información necesarios para la implementación de las acciones.

Como evidencia, se desarrollaron labores de planeación y coordinación general, que incluyeron la definición de cronogramas, roles, flujos de trabajo

y mecanismos de seguimiento, permitiendo una ejecución ordenada y conforme a los objetivos establecidos. Asimismo, se gestionó la disponibilidad y uso eficiente de los recursos, asegurando su correcta aplicación durante el desarrollo de las actividades.

Las evidencias incluyen planes de trabajo, registros de coordinación, reportes de ejecución y soportes de control, los cuales demuestran el cumplimiento del alcance contractual y la adecuada gestión integral de las acciones.

Como parte del desarrollo del Programa 1, se llevaron a cabo las siguientes acciones, las cuales constituyen las evidencias del proceso de planeación, coordinación y control del proyecto:

- Elaboración del documento de contexto contractual y marco de ejecución, en el que se definieron los lineamientos estratégicos, operativos y metodológicos que orientaron la implementación del programa.
- Estructuración del organigrama del proyecto, detallando los roles, responsabilidades, niveles de coordinación y el flujo del proceso de ejecución de las actividades.
- Ejercicio de la coordinación general del programa, mediante la organización, disposición y asignación eficiente de los recursos humanos, técnicos y logísticos requeridos para la correcta ejecución de las acciones programadas.
- Implementación de mecanismos de seguimiento y control, orientados a verificar el cumplimiento de las actividades, garantizando la coherencia entre la planeación, la ejecución y los resultados obtenidos.

Ítem 1.2: Realización de actividades experienciales con componente vivencial enfocadas en resaltar la identidad gastronómica, cultural y patrimonial del Distrito, integrando la participación de emprendedores y la interacción directa con el público objetivo.

Se desarrollaron actividades experienciales con componente vivencial, orientadas a resaltar la identidad gastronómica, cultural y patrimonial del Distrito, mediante acciones que promovieron la interacción directa con el público objetivo.

Como evidencia de la ejecución, se integró la participación de emprendedores locales, quienes aportaron muestras, productos y saberes asociados a la gastronomía y a las expresiones culturales del territorio, fortaleciendo la visibilización de la oferta local y el encadenamiento productivo.

Las actividades fueron diseñadas para facilitar la experiencia directa del público, promoviendo el conocimiento, la apropiación y la valoración del patrimonio cultural y gastronómico del Distrito. Las evidencias incluyen registros fotográficos y audiovisuales, listados de participantes y soportes de ejecución que acreditan el cumplimiento del alcance contractual.

- Desarrollo del Manifiesto de la Campaña "Turismo de Vida", el cual se consolidó como eje conceptual y narrativo de la estrategia comunitaria, orientando el enfoque de las acciones realizadas.
- Ejecución de la Ruta Comunitaria "Turismo de Vida", integrando actividades experienciales diseñadas para resaltar y poner en valor la identidad gastronómica, cultural y patrimonial del Distrito.
- Realización de la Jornada de Limpieza en Punta Arena, como acción de sostenibilidad y apropiación del territorio, con la participación de más de 100 voluntarios, la entrega de 90 refrigerios y 90 kits, así como el acompañamiento de un influencer y la producción de contenido audiovisual asociado a la actividad.
- Generación y recopilación de evidencias de ejecución, a través de material fotográfico y contenidos digitales (historias y reels), incluyendo publicaciones realizadas en redes sociales por la creadora de contenido Bianca Licona.
- Desarrollo de piezas de campaña y material comunicacional, incluyendo KV general, piezas gráficas para paraderos, vallas y redes sociales, menciones digitales y la producción de un video experiencial de la Ruta Punta Arena.

Ítem 1.3: Generación de contenido en plataformas no tradicionales: podcasts y/o microvideo y/o streaming en redes emergentes y/o colaboraciones con creadores de contenido para diversificar canales y maximizar la visibilidad del proyecto.

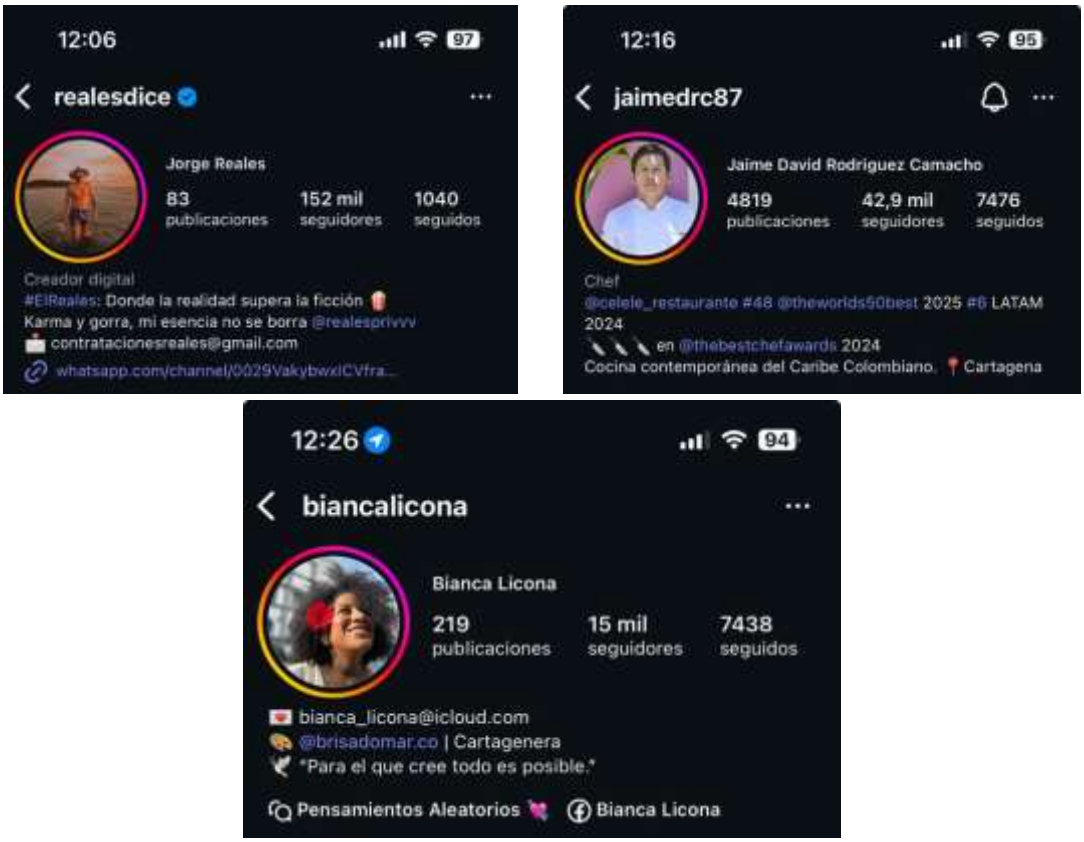
En desarrollo de este componente, se realizó la generación de contenido para plataformas no tradicionales, mediante la producción de microvideos y/o transmisiones en streaming en redes emergentes, así como la colaboración con creadores de contenido, con el fin de diversificar los canales de comunicación y maximizar la visibilidad del proyecto.

Como evidencia, se desarrollaron piezas audiovisuales y sonoras adaptadas a los formatos y dinámicas de cada plataforma, garantizando coherencia con los objetivos de la estrategia y los públicos definidos. Las colaboraciones con creadores de contenido permitieron ampliar el alcance orgánico y fortalecer la difusión de los mensajes del proyecto.

Las evidencias incluyen enlaces, registros de publicación, métricas de alcance e interacción y soportes audiovisuales, los cuales acreditan la correcta ejecución del alcance contractual y la efectividad de la estrategia de contenidos implementada.

Como parte de la estrategia de comunicación y visibilización del programa, se desarrollaron las siguientes acciones:

- Se realizó la producción de 2 contenidos audiovisuales para plataformas no tradicionales, relacionado con Celele y el barrio Getsemaní orientado a diversificar los canales de difusión y ampliar la visibilidad del proyecto ante públicos diversos. En ellos se destaca
- Se realizó la creación de 2 microvideos sobre: la ruta de turismo comunitario de la Boquilla que muestra las actividades que en ella se pueden realizar; y, sobre el restaurante Celele ubicado en Getsemaní, todo esto promoviendo la identidad territorial, cultural y comunitaria, como componente narrativo de la estrategia digital.
- Se realizó la colaboración con los creadores de contenido @realesdice que tiene 152mil seguidores, @jaimedrc87 con 42,9 mil seguidores y con @biancalicona con 15 mil seguidores.



Con el propósito de evidenciar el desarrollo del Programa 1 – Fortalecimiento y Formalización y las actividades ejecutadas en los numerales 1.1, 1.2 y 1.3, se relaciona el enlace: https://drive.google.com/drive/folders/1SMXW0lffKJFjgvp5KmfyoNeel3cQNsS2?usp=drive_link en el cual se recopilan las evidencias documentales, audiovisuales y gráficas, así como el desarrollo del objeto contractual conforme a lo establecido en el contrato.

PROGRAMA 2 – ORDENAMIENTO DE PLAYAS

Ítem 2.1: Diseño de campaña – Ordenamiento de Playas: Diseño de campaña Ref.: Ordenamiento de Playas: Desarrollar la conceptualización, planificación y producción integral de una campaña de comunicación y sensibilización dirigida a turistas, prestadores de servicios y comunidad local, con el objetivo de promover el uso responsable, seguro y sostenible de las playas del Distrito de Cartagena.

En cumplimiento de este ítem, se desarrolló la conceptualización, planificación y producción integral de la campaña de comunicación y

sensibilización para el Ordenamiento de Playas del Distrito de Cartagena, orientada a turistas, prestadores de servicios y comunidad local.

Como evidencia del proceso, se definieron los mensajes clave, ejes comunicacionales y lineamientos creativos de la campaña, enfocados en promover el uso responsable, seguro y sostenible de las playas, en coherencia con la normativa vigente y las políticas de turismo del Distrito. La planificación contempló la segmentación de públicos, los canales de difusión y el alcance esperado de la estrategia.

Adicionalmente, se realizó la producción de piezas gráficas y audiovisuales, así como la adaptación de contenidos a diferentes formatos y medios, garantizando coherencia visual y claridad en los mensajes. Estas piezas fueron diseñadas para su implementación tanto en activaciones presenciales como en plataformas digitales.

Las evidencias incluyen documentos de conceptualización, artes finales, piezas audiovisuales, adaptaciones de formato y soportes de difusión, los cuales demuestran el cumplimiento del alcance contractual y el aporte de la campaña al fortalecimiento del ordenamiento y la gestión responsable de las playas del Distrito.

- Se desarrolló el Manifiesto General de la campaña “Lo permitido y lo prohibido”, definiendo el enfoque comunicacional centrado en las prácticas permitidas y no permitidas en las playas del Distrito.
- Se llevó a cabo la conceptualización, planificación y producción integral de la campaña de sensibilización, dirigida a turistas, prestadores de servicios y comunidad local.
- Se diseñaron y produjeron las piezas gráficas de la campaña, incluyendo el Key Visual (KV) general y demás materiales comunicacionales.
- Se estructuró el documento marco de la campaña y el paquete de entregables, alineados con los objetivos de promoción del uso responsable, seguro y sostenible de las playas del Distrito.

Ítem 2.2: Activación BTL con componente educativo: Instalación de puntos de experiencia en playa para enseñar buenas prácticas de uso responsable de playas. Campañas de sensibilización con guardianes del turismo en playa, toma de guerrilla u otro componente disruptivo, material informativo que promueva el ordenamiento de playas, desarrollo de piezas audiovisuales y gráficas, y contenido para redes sociales, con alcance mínimo definido y medición de impacto.

En desarrollo de este componente, se ejecutó una activación BTL con enfoque educativo, orientada a la promoción de buenas prácticas para el uso responsable de las playas, dirigida a turistas y residentes.

Como evidencia de la ejecución, se realizó la instalación de puntos de experiencia en playa, diseñados para informar y sensibilizar a los usuarios sobre normas de convivencia, cuidado ambiental y uso adecuado del espacio público. Estas acciones fueron acompañadas por campañas de sensibilización desarrolladas con el apoyo de guardianes del turismo en playa, así como la implementación de acciones de guerrilla u otros recursos disruptivos, con el fin de captar la atención del público y reforzar los mensajes educativos. Durante esta activación, impactamos a más de 1200 personas y a 50 personas del gremio de carperos.

Adicionalmente, se produjo y distribuyó material informativo enfocado en el ordenamiento y uso responsable de las playas, complementado con el desarrollo de piezas audiovisuales y gráficas que respaldaron la estrategia pedagógica. De manera complementaria, se generó contenido para redes sociales, orientado a amplificar el mensaje y extender el alcance de la activación.

- Se ejecutaron activaciones BTL con enfoque educativo mediante la instalación de puntos de experiencia en Playa Bocagrande.
- Se desarrollaron acciones de sensibilización con guardianes del turismo, estrategias de guerrilla y componentes disruptivos orientados a la promoción de buenas prácticas en el uso y disfrute responsable de las playas.
- Se produjo e implementó material informativo y promocional (POP), incluyendo paletas, cuadros selfie, tótems, vallas, morrales, riñoneras, sombrillas, reatas, tarjetas tipo carpa, escarapelas y libretas.
- Se generaron evidencias de ejecución de las activaciones, así como contenido audiovisual y digital para redes sociales, con medición de impacto.

Con el propósito de evidenciar el desarrollo del Programa 2 Ordenamiento de playas y las actividades ejecutadas en los numerales 2.1. y 2.2., se relaciona el enlace: https://drive.google.com/drive/folders/1O_mwSXEWGYeyTyVCYua11tU25ghky4OF?usp=drive_link
en el cual se recopilan las evidencias documentales, audiovisuales y gráficas, así como el desarrollo del objeto contractual conforme a lo establecido en el contrato.

PROGRAMA 3 – PROMOCIÓN TURÍSTICA

Ítem 3.1: Conceptualización y diseño de campaña de promoción turística Conceptualización, diseño y adaptaciones de arte de una campaña integral para la promoción de las temporadas turísticas en la ciudad, incluyendo elementos para la fase de lanzamiento e inicio de cada una de las temporadas y ajustes de diseño pertinentes al paquete de entregables, con el fin de fortalecer el posicionamiento de la ciudad.

En cumplimiento de lo establecido en el Ítem 3.1 del contrato, se desarrolló un proceso integral de conceptualización, diseño gráfico y adaptación de artes para la campaña de promoción turística de la ciudad, orientada a fortalecer su posicionamiento como destino estratégico durante las diferentes temporadas turísticas.

Como evidencia de este proceso, se realizó una fase de conceptualización creativa, en la cual se definieron los ejes narrativos, mensajes clave, tono comunicacional y lineamientos visuales de la campaña, asegurando coherencia con la identidad de la ciudad, sus atributos culturales, patrimoniales y experienciales, así como con los objetivos de promoción turística establecidos por la entidad contratante. Esta fase permitió construir una propuesta creativa sólida, adaptable a distintas temporadas y públicos objetivos.

Posteriormente, se llevó a cabo el diseño de piezas gráficas y visuales correspondientes a la campaña integral, incluyendo artes para la fase de lanzamiento y para el inicio de cada temporada turística, garantizando una comunicación clara, atractiva y alineada con la estrategia general de promoción. Dentro de este proceso se contemplaron diferentes formatos y aplicaciones, permitiendo su implementación en múltiples canales y soportes, tanto digitales como físicos.

Adicionalmente, se desarrollaron las adaptaciones de diseño necesarias para el paquete de entregables definido en el contrato, ajustando las piezas a las especificaciones técnicas, dimensiones y requerimientos de cada medio de difusión. Estas adaptaciones aseguraron la correcta visualización de los mensajes, la consistencia gráfica de la campaña y la optimización de los recursos creativos para su efectiva circulación.

Como soporte de estas actividades, se presentan como evidencias los artes finales, bocetos, versiones adaptadas, manuales o lineamientos gráficos, así como los archivos editables y finales de las piezas diseñadas, los cuales demuestran el cumplimiento del alcance contractual. Todo este proceso contribuyó de manera directa al fortalecimiento del posicionamiento

turístico de Cartagena, proyectando una imagen coherente, atractiva y competitiva frente a visitantes locales, nacionales e internacionales.

• Se desarrolló el Manifiesto de la campaña “Promo Tempo”**,** orientado a la promoción de las temporadas turísticas de la ciudad.

• Se diseñaron y adaptaron piezas gráficas para vallas, paraderos y redes sociales, ajustadas a cada temporada turística.

• Se produjeron contenidos audiovisuales como video principal, reels tráiler y video de cierre de campaña en Getsemaní.

• Se ejecutaron activaciones BTL con tótem Congo en plaza pública durante los días 16 y 17 de diciembre, incluyendo entrega de kits promocionales y material Visit Cartagena; para desarrollar dichas activaciones se contrató a un equipo de logísticos y promotores encargados de llevar a cabo la actividad, entregando experiencias gastronómicas a los turistas y visitantes, y realizando las diferentes activaciones por todo el centro de la ciudad.

Ítem 3.2: Desarrollo de experiencias de marketing no convencional para conectar de manera directa y memorable con turistas y residentes, reforzando el posicionamiento del destino. Incluye: activaciones experienciales en playas, plazas, aeropuertos y puertos de cruceros; componentes culturales, artísticos y patrimoniales; tecnologías digitales como QR, realidad aumentada, proyecciones inmersivas, fotopoints, contenidos gamificados, entre otros; cobertura y amplificación digital para aumentar recordación y alcance.

En el marco de este ítem, se desarrollaron experiencias de marketing no convencional orientadas a generar una conexión directa con turistas y residentes, fortaleciendo el posicionamiento del destino a través de acciones presenciales y digitales. Las actividades fueron diseñadas bajo criterios de pertinencia territorial, impacto visual y experiencia de usuario, priorizando espacios de alta afluencia y valor estratégico para la promoción turística.

Se desarrollaron experiencias de marketing no convencional mediante activaciones BTL en el Baluarte de Santo Domingo: Se desarrollaron experiencias de marketing no convencional mediante activaciones BTL en el Baluarte de Santo Domingo, concebidas como acciones presenciales orientadas a generar interacción directa con turistas y residentes en un punto estratégico de alto valor patrimonial y flujo de visitantes, que permitieron resaltar la identidad local y enriquecer la interacción con el público.

Estas activaciones fueron diseñadas e implementadas para reforzar el posicionamiento del destino, integrando elementos culturales y experienciales que permitieron comunicar los mensajes de la campaña de manera clara y ordenada. Las acciones facilitaron la participación del público, promovieron la apropiación del espacio y fortalecieron la recordación de la ciudad como destino turístico.

Como evidencia de la ejecución, se cuenta con registros fotográficos y audiovisuales, reportes de operación y soportes de activación, los cuales acreditan el desarrollo de las actividades conforme a los lineamientos definidos y al alcance contractual.

Adicionalmente, se integraron componentes culturales, artísticos y patrimoniales, así como herramientas digitales para fortalecer la interacción con turistas y residentes: Se integraron componentes culturales, artísticos y patrimoniales, así como herramientas digitales, con el fin de fortalecer la interacción con turistas y residentes y enriquecer la experiencia de participación durante las activaciones desarrolladas. Estos componentes permitieron resaltar los valores identitarios del territorio y facilitar el acceso a contenidos informativos de manera organizada y accesible.

Las herramientas digitales incorporadas incluyeron recursos interactivos orientados a la consulta de información, la participación del público y la generación de contenidos, contribuyendo a ampliar el alcance de las acciones más allá del espacio físico. Las evidencias de esta integración se soportan en registros fotográficos y audiovisuales, piezas gráficas, contenidos digitales y reportes de interacción, los cuales acreditan la correcta implementación conforme al alcance contractual.

Se realizó cobertura y amplificación digital de las activaciones, incrementando la recordación y el alcance del destino mediante la producción y difusión de contenidos en plataformas digitales, con el fin de incrementar la recordación y el alcance del destino entre públicos locales y visitantes. Esta amplificación permitió extender el impacto de las acciones presenciales y reforzar los mensajes de la estrategia de promoción.

Las evidencias incluyen registros audiovisuales, publicaciones en redes sociales y métricas de alcance e interacción, las cuales soportan la correcta ejecución de este componente conforme al alcance contractual.

Ítem 3.3: Paquete de entregables representativos de la identidad cultural, gastronómica y/o patrimonial de Cartagena, concebidos como piezas de valor que fortalezcan la recordación del destino. Incluye: selección de artículos con identidad local (artesanías, textiles,

accesorios, piezas utilitarias o decorativas inspiradas en símbolos de la ciudad); empaque sostenible alineado con criterios ambientales y de turismo responsable; estrategia de distribución dirigida a públicos estratégicos (visitantes VIP, prensa especializada, influencers, delegaciones y participantes en eventos clave).

Se desarrolló un paquete de entregables orientado a reforzar la identidad de Cartagena y a fortalecer la recordación del destino, mediante la selección y producción de piezas con valor simbólico y funcional. Los elementos incluidos fueron definidos a partir de criterios de identidad local, pertinencia cultural y calidad, asegurando coherencia con la estrategia general de promoción turística.

Como evidencia de este proceso, se desarrollaron kits representativos de la identidad cultural, gastronómica y patrimonial de Cartagena bajo la marca VisitCartagena.

Con relación a la selección de artículos fueron elegidos aquellos representativos con la identidad local, inspirados en símbolos, tradiciones y expresiones culturales de Cartagena. Estos artículos fueron concebidos como Kits de regalos y objetos de valor, diseñados para transmitir la esencia del destino y generar una experiencia tangible en los públicos objetivo.

Adicionalmente, se desarrolló un empaque sostenible (Totebag), alineado con criterios ambientales y de turismo responsable, priorizando materiales reutilizables, reciclables o de bajo impacto ambiental. El diseño del empaque mantuvo coherencia gráfica con la campaña y permitió una presentación adecuada de los entregables, reforzando el mensaje institucional.

Se ejecutó la distribución estratégica de los kits a públicos clave, generando evidencias documentales de su entrega y uso.

Con el propósito de evidenciar el desarrollo del Programa 3 Promoción Turística y las actividades ejecutadas en los numerales 3.1., 3.2 y 3.3., se relaciona el enlace: https://drive.google.com/drive/folders/1k2TYFQNcIF_Ln4ieaVoXcpHm5XBM7IvD?usp=drive_link
en el cual se recopilan las evidencias documentales, audiovisuales y gráficas, así como el desarrollo del objeto contractual conforme a lo establecido en el contrato.

PROGRAMA 4 – SVC

Ítem 4.1: Diseños gráficos necesarios para la interfaz, pruebas requeridas, supervisión de instalaciones y funcionamiento, diagramación de APP, bloqueos de páginas.

Se desarrollaron los diseños gráficos requeridos para la interfaz de los tótems, garantizando coherencia visual, usabilidad y alineación con los lineamientos definidos para la plataforma. Estos diseños contemplaron la organización de contenidos, jerarquía visual y adaptación a los diferentes entornos de uso.

Como parte del proceso, se realizaron las pruebas pruebas técnicas y diagramación de la APP necesarias de funcionamiento, orientadas a verificar la correcta visualización de las interfaces, la navegación, la estabilidad del sistema y la experiencia del usuario. Estas pruebas permitieron identificar y corregir ajustes técnicos y gráficos previos a su implementación.

Adicionalmente, se llevó a cabo la supervisión de las instalaciones y del funcionamiento de los dispositivos, asegurando el cumplimiento de las especificaciones técnicas y la correcta integración de los diseños en la plataforma. Se verificó la correcta ejecución de los flujos, accesos y restricciones establecidas. Este proceso fue documentando mediante carpeta de interfaz, video explicativo y registro fotográfico.

Ítem 4.2: Implementación de acciones itinerantes de Centros de Atención al Turista mediante Tótems Digitales en puntos estratégicos del Distrito de Cartagena con alto flujo de visitantes. Dispositivos interactivos tipo tótem digital, los cuales funcionarán como puntos de información turística de libre acceso, con pantalla táctil de alta resolución, conectividad a internet y software especializado para la consulta de información en tiempo real. Características: pantalla táctil de 43" a 55", grado de protección mínimo contra polvo y agua, módulos de conexión a internet mediante red cableada, Wi-Fi y/o 4G/5G,fuente de poder con protección contra picos de voltaje. Contenido administrado y actualizado de forma continua.

En cumplimiento de este ítem, se implementaron acciones itinerantes mediante Tótems Digitales ubicados en puntos estratégicos del Distrito con alto flujo de visitantes, específicamente en el aeropuerto, con el propósito de facilitar el acceso a información turística y fortalecer la orientación de turistas y residentes.

Se realizó la instalación y puesta en funcionamiento de dos dispositivos interactivos de libre acceso, los cuales operaron como puntos de información turística en el aeropuerto Rafael Núñez. Los tótems contaron con pantallas

táctiles de 55", sistemas de protección contra polvo y agua conforme a las condiciones del entorno, y fuentes de poder con protección contra picos de voltaje, garantizando su operación continua y segura.

Adicionalmente, los dispositivos fueron habilitados con conectividad a internet, mediante Wi-Fi, asegurando la correcta visualización y actualización del contenido. Se verificó la estabilidad de la conexión y el correcto desempeño de las funciones interactivas.

Los tótems instalados cuentan con las siguientes características:

- TOTEM TOUCH (Floor) Black body with silver frame.
- Screen: 55" 3840*2160 IPS Screen
- Infrared Touch Screen
- Win 10 i5-4th gen 8GB RAM +500GB
- HDD

Finalmente, se realizó la administración y actualización permanente del contenido, incorporando información turística relevante, rutas, servicios y recomendaciones para los usuarios y se contrataron dos operarios, quienes son las personas responsables de llevar a cabo la actividad, mostrándoles a los turistas y visitantes que llegan al aeropuerto de Rafael Núñez, todo lo que pueden disfrutar, hacer y visitar al llegar a Cartagena.

Las evidencias incluyen registros de instalación, pruebas de funcionamiento, capturas de interfaz, material fotográfico y reportes de actualización de contenidos, los cuales soportan el cumplimiento del alcance contractual.

Relación del personal contratado para operar los tótems digitales:

NOMBRE	CÉDULA	CARGO
CRISTIAN CUADRADO ROMERO	73196182	PROMOTOR
JOSE ALFREDO AGUADO BLANCO	1043966314	PROMOTOR

Ítem 4.3: Implementación de acciones itinerantes de Centros de Atención al Turista mediante soluciones de electromovilidad adaptadas en el Distrito de Cartagena. Características: Vehículo eléctrico de cero emisiones, homologado para uso urbano, con autonomía entre 50 y 100 km por carga y capacidad de recarga rápida. Adaptaciones incluyen:

cabina y área posterior modificada para instalación de accesorio tipo mostrador de atención al público, módulos de almacenamiento para material promocional, mapas y kits de atención, entre otros, sistema de alimentación eléctrica interno para operar equipos digitales, pantalla digital interactiva o monitor informativo, sistema de sonido para difusión de mensajes, conectividad mediante red Wi-Fi y/o datos móviles de ser necesaria, iluminación para atención diurna y nocturna. Identidad visual: Rotulado completo con la imagen institucional del Distrito y mensajes de promoción turística. Cada unidad contará con un operario especializado en movilidad (manejo del vehículo) atención al turista, capacitado en orientación y manejo de herramientas ofimáticas entre otros

En cumplimiento de este ítem, se implementaron acciones itinerantes mediante soluciones de electromovilidad adaptadas en el Distrito, orientadas a la promoción turística y a la atención directa de visitantes en diferentes puntos de interés del Centro Histórico y durante activaciones en el Baluarte.

Como evidencia de la ejecución, se dispuso de dos bicicletas eléctricas adaptados para acciones itinerantes de promoción turística. Estos fueron adaptados funcionalmente para su uso como punto itinerante de información y activación, incorporando una cabina y mostrador de atención al público, módulos de almacenamiento para material promocional y un sistema eléctrico interno que permitió la operación de equipos digitales de manera autónoma. Toda la estructura fue rotulada con imagen institucional y promocional de VisitCartagena y de la campaña Buena Esa. En sus puertas internas se expuso un mapa del Centro Histórico con recomendaciones de qué hacer, así como las diferentes líneas de atención.

A continuación se mencionan las características de las bicicletas:

- Estructura: Tubería redonda y cuadrada estructural en coldrolled
- Piso: Lámina calibre 20.
- Puertas: Dos hojas laterales en lámina calibre 20.
- Rodamiento: Balineras industriales.
- Llantas: 17x250 de moto.
- Suspensión: Delantera tipo zoom oversize.
- Eje: Macizo en acero de 1”.
- Freno: Disco tipo bicicleta delantero y trasero del eje

- Guardabarros: Metálicos
- Pedestales: Resina
- Relación: En aluminio 28, 38, 48 dientes, tensor piñón de 20, 22, 24.
- Medidas furgón: 1,00 de ancho x 1,20 de alto x 1,20 de largo.
- Silla: Sillín abullonado.
- Pintura: Electrostática gofrada o lisa.
- Capacidad carga: 300 kilos.
- Peso: 80kg aprox.
- Área: 2,43 m de largo X 1,37 m de alto X 1,24 m de ancho.
- Furgón:100 x 100 x 100 cm
- Impresión: Brandeo en vinilo laminado del furgón por las 5 caras.
- Motor Eléctrico: Transversal de 1000 V, INCLUYE: controlador, acelerador, / Velocidad sugerida 20 Km X Hora. (velocidad máxima permitida aprox. 30 km x hora) / Carga de baterías de 110 w.
- Baterías: En gel de 12 voltios 32 - 36 amperios (peso aprox. de 40 kilos las 4 baterías), con 500 ciclos de vida útil. Autonomía de baterías para un recorrido aproximado entre 50-60km dependiendo de la forma de conducir, topografía y peso de carga de la Bicicleta Eléctrica. Tiempo de carga baterías: 6 a 8 horas. Carga de baterías de 110W. Cargador inteligente 48 V 5 A.

Adicionalmente, se integraron componentes tecnológicos tales como pantalla digital interactiva, sistema de sonido, conectividad Wi-Fi, así como iluminación diurna y nocturna, asegurando su visibilidad, funcionalidad y correcta operación en diferentes franjas horarias. Las evidencias incluyen registros fotográficos, técnicos y de operación que soportan la implementación conforme al alcance contractual.

Personal contratado para las activaciones de los vehículos:

NOMBRE	CÉDULA	CARGO
JUAN PABLO AYALA ORTIZ	1001976094	PROMOTOR DE TRICICLO
JESUS DAVID DIAZ SILGADO	1043974081	PROMOTOR DE TRICICLO

Con el propósito de evidenciar el desarrollo del **Programa 4 – SVC** y las actividades ejecutadas en los numerales **4.1, 4.2 y 4.3**, se relaciona el enlace

https://drive.google.com/drive/folders/1sr4VCX50woZwlXH0cuL1ehv-FzWMn-Gn?usp=drive_link el cual recoge las evidencias técnicas, gráficas y audiovisuales correspondientes a los desarrollos digitales, implementación de tótems, acciones itinerantes y soluciones de electromovilidad ejecutadas en el marco del objeto contractual.

Introducción general de cumplimiento de obligaciones

En desarrollo del Contrato No. SAMC-SEGD-003-L2-2025, se dio cumplimiento integral a las obligaciones contractuales, ejecutando el objeto del contrato conforme a las especificaciones técnicas, condiciones establecidas en la propuesta aprobada y lineamientos impartidos por el Supervisor. La ejecución se realizó con oportunidad, calidad, eficacia y cobertura, garantizando la adecuada planeación, coordinación de recursos, soporte documental y cumplimiento normativo, tal como se evidencia en los informes, registros y soportes entregados.

Descripción del cumplimiento de las obligaciones contractuales

1.Ejecutar el objeto contractual de acuerdo con las especificaciones técnicas requeridas y demás obligaciones contenidas en la propuesta.

Se ejecutó el objeto contractual conforme a las especificaciones técnicas y a las obligaciones contenidas en la propuesta presentada y aprobada, cumpliendo con el alcance definido y los requerimientos establecidos por el Distrito.

2. Tener a su disposición el personal idóneo y suficiente para ejecutar el objeto contractual, en caso de ser requerido.

Se dispuso del personal técnico, operativo y logístico idóneo y suficiente para la ejecución del contrato, atendiendo los requerimientos del Supervisor cuando fue necesario.

3. Una vez el Distrito envíe las piezas comunicacionales, las cuales serán entregadas en versión digital, el contratista deberá proceder a cumplir con el servicio de la pauta.

Una vez recibidas las piezas comunicacionales en formato digital por parte del Distrito, se procedió a ejecutar el servicio de pauta conforme a las instrucciones impartidas y a los medios aprobados.

4. Apoyar la realización de actividades de promoción y difusión de los planes, programas y proyectos en la implementación y desarrollo de la

estrategia de comunicaciones no convencionales, dicho servicio deberá prestarse en las condiciones indicadas por el Distrito.

Se apoyó la realización de actividades de promoción y difusión de planes, programas y proyectos, en el marco de la estrategia de comunicaciones no convencionales, bajo las condiciones y lineamientos definidos por el Distrito, Lo cual se evidencia en los siguientes links:

- https://drive.google.com/drive/folders/1jX6VkvpAtodsKPmg0hTic3VIOpgemf9r?usp=share_link
- https://drive.google.com/drive/folders/1wZNsE562fy8_iZe1Fv0ftnRBmFhFjZiw?usp=share_link

5. Proveer los insumos, objetos y/o demás ítems requeridos, teniendo en cuenta las calidades exigidas en las especificaciones técnicas y las cantidades requeridas por el Supervisor.

Se proveyeron los insumos, objetos y demás ítems necesarios para la ejecución de las actividades, de acuerdo a lo descrito en el desarrollo de cada uno de los ítems contratados, cumpliendo con las calidades técnicas exigidas y las cantidades solicitadas por el Supervisor.

6. Garantizar el funcionamiento y calidad de los equipos y elementos requeridos para cada actividad por el supervisor.

Se garantizó el correcto funcionamiento, calidad y operatividad de los equipos y elementos requeridos para cada actividad, conforme a las especificaciones técnicas establecidas. Estos fueron validados y aprobados por el supervisor del contrato.

7. Dar tratamiento adecuado a los residuos y desechos que se generen en la realización de actividades, teniendo en cuenta la normatividad vigente, por la cual la responsabilidad de dicha recolección estará en cabeza del contratista.

Se realizó el tratamiento adecuado de los residuos y desechos generados durante las actividades, en cumplimiento de la normatividad ambiental vigente, asumiendo el contratista la responsabilidad de su recolección y disposición.

8. Diseñar, conceptuar y/o actualizar contenidos audiovisuales que sean requeridos, conforme al objetivo de cada actividad, por el supervisor.

Se diseñaron, conceptualizaron y actualizaron contenidos audiovisuales requeridos por el Supervisor, alineados con el objetivo de cada actividad y la estrategia de comunicación definida.

9. Asumir todos los gastos que se generen directa o indirectamente, en la ejecución del contrato.

Se asumieron la totalidad de los gastos directos e indirectos derivados de la ejecución del contrato, sin generar costos adicionales para la entidad contratante.

10. Responder ante las autoridades competentes por los actos y omisiones que ejecute en desarrollo del objeto y las obligaciones contractuales, cuando con ellos se cause perjuicio a la administración o a terceros, en los términos del artículo 52 de la ley 80 de 1993.

Se respondió ante las autoridades competentes por los actos u omisiones derivados de la ejecución contractual, conforme a lo dispuesto en el artículo 52 de la Ley 80 de 1993.

11. Mantener fijos durante la ejecución del contrato, los precios ofrecidos en su propuesta.

Se mantuvieron fijos durante toda la ejecución del contrato los precios ofrecidos en la propuesta presentada y aprobada.

12. Reportar de manera inmediata cualquier novedad o anomalía al supervisor del contrato.

Se informó de manera inmediata al Supervisor cualquier novedad, situación o anomalía que pudiera afectar la ejecución del contrato.

13. Responder por la adecuada planificación que le permita desarrollar el objeto del contrato con la oportunidad, cubrimiento, eficacia y calidad requeridos.

Se respondió por una adecuada planeación que permitió desarrollar el objeto contractual con la oportunidad, eficacia, calidad y cubrimiento requeridos.

14. Entregar informe de seguimiento de ejecución de las actividades de estrategia de comunicación no convencional, cada vez que requiera el supervisor.

Se entregaron dos informes de seguimiento de ejecución de las actividades de la estrategia de comunicación no convencional, y cronograma de ejecución de las mismas cada vez que fueron requeridos por el Supervisor.

15. Presentar al supervisor del contrato los siguientes informes documentados con sus respectivos soportes, en medio físico y digital: a. Informe parcial de ejecución para pago, en el que se pueda verificar el avance del contrato en relación con las actividades, los recursos ejecutados, el control de divulgación ordenada con pruebas de emisión, en medios masivos y alternativos o el que corresponda, que indique el movimiento de las órdenes aprobadas y saldo a la fecha del valor total del contrato (en Word y Excel, desprotegidos). b. Un informe final de la ejecución del contrato discriminando por períodos facturados por tipo de servicio prestado (en Excel, desprotegido), presentado al supervisor y publicado en la Plataforma SECOP II.

Durante la ejecución del contrato se hizo entrega del informe parcial solicitado por el supervisor para el pago 1 y el presente informe final para el cobro del último pago con soporte de cada una de las actividades desarrolladas, evidenciando el cumplimiento del objeto contractual.

16. Entregar informe de seguimiento de ejecución de las actividades de estrategia de comunicación no convencional, cada vez que requiera el supervisor.

Se entregaron dos informes de seguimiento de ejecución de las actividades de la estrategia de comunicación no convencional, y cronograma de ejecución de las mismas cada vez que fueron requeridos por el Supervisor.

17. El contratista deberá estar al día con los pagos a los medios de comunicación al finalizar el contrato.

Se mantuvo al día el pago a los medios de comunicación utilizados durante la ejecución del contrato, al momento de su finalización.

18. Responder por la adecuada planificación que le permita desarrollar el objeto del contrato con la oportunidad, cubrimiento, eficacia y calidad requeridos.

Se respondió por una adecuada planeación que permitió desarrollar el objeto contractual con la oportunidad, eficacia, calidad y cubrimiento requeridos.

19. No comunicar, ni divulgar, ni aportar, ni utilizar indebidamente la información de carácter reservado que se le haya confiado o la información que haya conocido en virtud de los asuntos materia del servicio, a ningún título frente a terceros ni en provecho propio.

Se garantizó la reserva y confidencialidad de la información suministrada o conocida con ocasión del contrato, evitando su divulgación o uso indebido.

Se atendieron todas aquellas obligaciones adicionales, afines o inherentes al objeto y alcance del contrato, que fueron informadas oportunamente por el Supervisor.

Las actividades ejecutadas y descritas en el presente informe evidencian el avance satisfactorio del contrato y el cumplimiento de las obligaciones contractuales adquiridas por el contratista, quedando soportadas mediante evidencias documentales, gráficas y audiovisuales.

20. De acuerdo con lo establecido en el artículo 23 de la Ley 1150 del 2007, deberá cumplir sus obligaciones frente al Sistema General de Seguridad Social Integral Parafiscales (Cajas de compensación Familiar, Sena e ICBF), requisito que debe acreditar el contratista con como requisito para el(los) pago(s) del presente contrato.

En cumplimiento de lo establecido en el artículo 23 de la Ley 1150 de 2007, el contratista dio cumplimiento oportuno a sus obligaciones frente al Sistema General de Seguridad Social Integral y a los aportes parafiscales correspondientes a Cajas de Compensación Familiar, SENA e ICBF. Dicho cumplimiento fue debidamente acreditado ante el Supervisor del contrato mediante la presentación del certificado de paz y salvo en parafiscales expedido por el representante legal y el revisor fiscal, como requisito previo para la realización de los pagos derivados de la ejecución del presente contrato.

21. Las demás afines que sean afines o inherentes al objeto y alcance del presente proceso, que sean dadas a conocer por el supervisor.
Se cumplió con las obligaciones afines e inherentes a contrato que permitieron el cumplimiento del objeto contractual.

De acuerdo con las actividades ejecutadas, los soportes presentados y los informes entregados, se concluye que se dio cumplimiento integral al objeto del contrato y a la totalidad de las obligaciones contractuales, conforme a

las especificaciones técnicas, la propuesta aprobada y los lineamientos impartidos por el Supervisor.

La ejecución se desarrolló con oportunidad, calidad, eficacia y cobertura, garantizando la adecuada planificación, asignación de recursos, funcionamiento de los equipos, producción de contenidos, implementación de las acciones y cumplimiento de la normatividad aplicable. Asimismo, se entregaron de manera oportuna los informes y evidencias requeridas, permitiendo la verificación del avance y resultados del contrato.

En consecuencia, se deja constancia de que las actividades contratadas fueron ejecutadas de manera satisfactoria y en su totalidad, sin presentarse incumplimientos que afectaran el desarrollo del objeto contractual. Asimismo, el presente informe incorpora los enlaces correspondientes a los soportes y evidencias de ejecución, los cuales permiten la verificación de las actividades realizadas, por lo que el contrato queda en condiciones de cierre conforme a lo establecido.

En cumplimiento de las obligaciones establecidas en el contrato **SAMC-SEGD-003-L2-2025** y como soporte al cierre técnico y administrativo del contrato, se incorpora el presente apartado financiero que detalla y argumenta los rubros ejecutados:

PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS DE CARÁCTER MASIVO, ALTERNATIVO Y COMUNITARIO CON EL FIN DE DIFUNDIR LA VISIBILIDAD DE LAS ACCIONES DE					
Programa	**No**	**Descripcion**	**Cantidad**	**Valor**	**Valor Total**
Programa 1 - Fortalecimiento y Formalizacion	1.1	Conceptualización, diseño, ejecución y control de las actividades. Coordinación general; organización, disposición y asignación de todos los recursos e información disponibles para ejecutar las acciones.	1	$ 17.200.472,00	$ 17.200.472,00
	1.2.	Realización de actividades experienciales con componente vivencial, enfocadas en resaltar la identidad gastronómica, cultural y patrimonial del Distrito, integrando la participación de emprendedores y la interacción directa con el público objetivo.	1	$ 49.669.811,00	$ 49.669.811,00
	1.3.	Generación de contenido en plataformas no tradicionales: podcasts y/o microvideo y/o streaming en redes emergentes y/o colaboraciones con creadores de contenido para diversificar canales y maximizar la visibilidad del proyecto.	1	$ 34.033.019,00	$ 34.033.019,00
Programa 2 - Ordenamiento de Playas	2.1.	Diseño de campaña Ref.: Ordenamiento de Playas. Desarrollar la conceptualización, planificación y producción integral de una campaña de comunicación y sensibilización dirigida a turistas, prestadores de servicios y comunidad local, con el objetivo de promover el uso responsable, seguro y sostenible de las playas del Distrito de Cartagena.	1	$ 59.757.736,00	$ 59.757.736,00
	2.2.	Activación BTL con componente educativo: Instalación de puntos de experiencia en playa para enseñar buenas prácticas de uso responsable de playas. Campañas de sensibilización con guardianes del turismo en playa, toma de guerrilla u otro componente disruptivo, material informativo que promueva el ordenamiento de playas, desarrollo de piezas audiovisuales y gráficas, y contenido para redes sociales, con alcance mínimo definido y medición de impacto.	1	$ 25.754.717,00	$ 25.754.717,00
Programa 3 - Promoción Turística	3.1.	Conceptualización, diseño y adaptaciones de arte de una campaña integral para la promoción de las temporadas turísticas en la ciudad, incluyendo elementos para la fase de lanzamiento e inicio de cada una de las temporadas y ajustes de diseño pertinentes al paquete de entregables, con el fin de fortalecer el posicionamiento de la ciudad.	1	$ 55.188.679,00	$ 55.188.679,00
	3.2.	Desarrollo de experiencias de marketing no convencional para conectar de manera directa y memorable con turistas y residentes, reforzando el posicionamiento del destino. Incluye: activaciones experienciales en playas, plazas, aeropuertos y puertos de cruceros; componentes culturales, artísticos y patrimoniales; tecnologías digitales como QR, realidad aumentada, proyecciones inmersivas, fotopoints, contenidos gamificados, entre otros; cobertura y amplificación digital para aumentar recordación y alcance.	1	$ 22.995.283,00	$ 22.995.283,00
	3.3.	Paquete de entregables representativos de la identidad cultural, gastronómica y/o patrimonial de Cartagena, concebidos como piezas de valor que fortalezcan la recordación del destino. Incluye: selección de artículos con identidad local (artesanías, textiles, accesorios, piezas utilitarias o decorativas inspiradas en símbolos de la ciudad); empaque sostenible alineado con criterios ambientales y de turismo responsable; estrategia de distribución dirigida a públicos estratégicos (visitantes VIP, prensa especializada, influencers, delegaciones y participantes en eventos clave).	1	$ 82.783.019,00	$ 82.783.019,00

Programa 4 - SVC	4.1	Diseños gráficos necesarios para la interfaz, pruebas requeridas, supervisión de instalaciones y funcionamiento, diagramación de APP, bloqueos de páginas.	1	$ 59.787.736,00	$ 59.787.736,00
	4.2	Implementación de acciones itinerantes mediante Tótems Digitales en puntos estratégicos del Distrito con alto flujo de visitantes. Dispositivos interactivos de libre acceso que funcionarán como puntos de información turística. Características: pantalla táctil de 43" a 55", grado de protección mínimo contra polvo y agua, conexión a internet (cableada, Wi-Fi y/o 4G/5G), fuente de poder con protección contra picos de voltaje. Contenido administrado y actualizado de forma continua.	2	$ 44.150.943,00	$ 88.301.886,00
	4.3	Implementación de acciones itinerantes mediante soluciones de electromovilidad adaptadas en el Distrito. Vehículo eléctrico de cero emisiones, homologado para uso urbano, con autonomía entre 50 y 100 km por carga y capacidad de recarga rápida. Adaptaciones incluyen: cabina y mostrador de atención al público, módulos de almacenamiento para material promocional, sistema eléctrico interno para operar equipos digitales, pantalla digital interactiva, sistema de sonido, conectividad Wi-Fi/datos, iluminación diurna y nocturna.	2	$ 41.391.509,00	$ 82.783.018,00
Adicional Programa Fortalecimiento y Formalizacion	1	Producción de podcasts o streaming temáticos. Episodio corto y conversacional donde se destaquen avances del proyecto, buenas prácticas, historias de impacto, y contenido educativo relacionado con los objetivos del contrato.	1	$ 191.790.082,00	$ 191.790.082,00
	2	Creación de microvideos. 2 Piezas de 10 a 60 segundos para plataformas como tiktok, reels o Shorts enfocadas en contenidos dinámicos que muestren actividades o resultados de la estrategia de turismo de la alcaldía de Cartagena.			
	3	Colaboraciones con creadores de contenidos. Articulación con microinfluencers o creadores afines para amplificar mensajes del proyecto. Integración de contenido compartido que permita llegar a audiencias específicas o emergentes			
	4	Distribución estratégica en redes emergentes. Publicación y adaptación del contenido en plataformas donde se concentran audiencias jóvenes o de rápido crecimiento, optimizando el formato según la red utilizada (vertical, corto, interactivo, etc.)			
Adicional Programa 2- Ordenamiento de playas	5	Desarrollo de material gráfico para la campaña de ordenamiento de playas. Desarrollo gráfico de 20 piezas para las RRSS de la secretaria de turismo que refuercen el mensaje en temporada de fin de año	1	$ 2.087.333,00	$ 2.087.333,00
					$ 772.162.791,00

Es importante destacar que en la primera factura correspondiente al primer informe los ítems facturados equivalen a los puntos contractuales :1.1; 2.1;3.2; 4.2; y 4.3 valores que ascienden la suma de $271.068.395.
Por consiguiente, en este informe, los valores a facturar equivalen a los puntos contractuales: 1.2; 1.3; 2.2;3.1;3.3; y 4.1, los cuales suman $501.094.396, para un total Valor del contrato incluyendo la adición, de $772.162.791.