INFORME DE EJECUCIÓN
CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS FIAV - 161 de 2024

CONTRATISTA:	**MÓNICA MARÍA SUÁREZ RAMOS**
CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS:	FIAV - 161 de 2024 suscrito entre CORPORACION COLOMBIA CREA TALENTO y MÓNICA MARÍA SUÁREZ RAMOS
OBJETO:	Prestación de servicios profesionales para dirigir las comunicaciones del festival "FIAV BOGOTÁ Festival Internacional de Artes Vivas" 2024.
DURACIÓN TOTAL:	Desde el 30 de mayo hasta el 15 de diciembre de 2024
PERIODO DEL INFORME:	Tercer informe: Del 15 de agosto al 4 de octubre

OBLIGACIONES CONTRATO	**AVANCES**
1. Prestar sus servicios con plena autonomía técnica y administrativa, y demás obligaciones generales, como **el pago de los aportes al sistema general de seguridad social integral** (salud, pensión y riesgos laborales – ARL)	Se trabajó con plena autonomía técnica y administrativa y se cumplió con las demás obligaciones generales, entre ellas, el pago de aportes sociales, de acuerdo a lo estipulado en el contrato. **Se anexa** la planilla de pago de aportes No. 7934677001, del mes de agosto de 2024; la planilla No. 7939274541, del mes de septiembre de 2024 y la No. 7942264652 de octubre 2024.
2. FASE DE POSICIONAMIENTO Alianzas comerciales y de mercadeo	Se impulsó el fortalecimiento de un Plan de Medios más intenso de los directivos del FIAV en entrevistas, master radiales y sets de televisión: https://drive.google.com/drive/folders/1yb6p3ErDWgyvsM5_TrSIB9uh9Bir1lur?usp=sharing Revisé y corregí todos los Comunicados creados por las PR (fueron 20 en total), hice seguimiento diario a su gestión incluyendo apoyo en producción de cada uno de los carruseles y cuando fue necesario actualicé personalmente el Kit de Prensa, incluso durante los 11 días del Festival: https://bit.ly/47iGpm5 Se definieron las alianzas con medios a nivel comercial y de mercadeo definiendo como aliados a El Tiempo Casa Editorial, El Espectador, la W Radio y Caracol Televisión. Comunicaciones FIAV negoció y ejecutó las dos primeras y la SCRD negoció y pagó pauta para La W y gestionó

	el comercial con Caracol TV con Responsabilidad Social del canal (por lo que no hubo cobro para esto último). En Comunicaciones del FIAV nos encargamos también de hacer seguimiento del cumplimiento de los acuerdos y envío de materiales, boletas y otros a los 2 medios negociados por SCRD. En el ecosistema del FIAV, estos medios quedaron así: https://drive.google.com/file/d/1UEtLNOWhi8aibRldTuVK1vaebeLHnxbj/view?usp=sharing Para **El Tiempo y El Espectador** realicé convenios con alcance a impresos, espacios digitales y suscriptores. En ambos casos se contó con la aprobación de la Gerencia. Tras cerrar las negociaciones se socializaron los convenios con Diseño y Publicidad para la entrega de los avisos y demás piezas publicitarias, con la coordinadora de Alianzas para el cumplimiento de las obligaciones del FIAV (siembras, tropezones de QRs, espacios de activaciones en teatros, etc), con Técnica para la ubicación de videos en salas, con Taquilla para la entrega de boletas, y con Villalón Producciones para la firma de contrato y ejecución del pago. Los contratosy conversaciones están acá: https://bit.ly/3UE1geu Se organizó una **reunión semanal** (todos los viernes) **con los equipos de comunicaciones** de las distintas entidades aliadas en la preparación del FIAV (Minculturas, SCRD, CCB, Idartes, Delia, TuBoleta, CoCrea, etc), donde se incentivó el apoyo promocional, económico, editorial u orgánico, en espacios y eventos de cada uno. Las Actas de las reuniones y acciones ejecutadas por cada uno se encuentran acá: https://drive.google.com/drive/folders/1yX4-jLEe7c1QxuUGlCMsg1qTWG_ao9UN?usp=sharing Se escribió a cada una de las **salas de teatro del FIAV s**olicitando su apoyo en la divulgación del evento en sus espacios disponibles. El correo contenía Programación, Manual de Marca, Matriz de Materiales, Kit de Prensa con fotos y fichas por obra y Link a Piezas digitales. La mayoría realizaron publicaciones en redes y proyectaron el video promocional. El Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo y el Teatro Colsubsidio, apoyaron activamente con inversión en Plan de Medios y otras acciones. Otros teatros más pequeños realizaron publicaciones en sus redes, enviaron mailings, proyectaron el video promocional en sus pantallas disponibles y/o sus directores realizaron videos con sus recomendados del FIAV Bogotá. Ditirambo Teatro imprimió afiches de las obras programadas en su sala. https://bit.ly/3AzRLGi Se entregaron más contactos de **influenciadores** para ser activados por el equipo digital: https://drive.google.com/drive/folders/1TCHGV4ltE3xApn3mD3PAGw6qT9zl9KB1?usp=sharing Se apoyó en la convocatoria a un **Desayuno** organizado por la SCRD para acercar a actores e influenciadores del sector cultura como Amigos del FIAV Bogotá. Se realizó la lista, se convocó y recibió a los 23 invitados que asistieron: https://drive.google.com/drive/folders/1RR-ZWhmjsR0ik6UonBIssljd3YvCS_jC?usp=sharing Se trabajó en conjunto con la Gerencia en algunas acciones de Mercadeo, buscando canales de promoción https://bit.ly/4fcqZmm :

	1. **TuBoleta:** Se le pidió a Eduardo Olea invertir $2 millones de pauta en sus redes, pasar el video promocional en las taquillas con pantalla, producir y distribuir programaciones del FIAV, producir habladores con QR del Landing del FIAV y ubicarlos en todas las taquillas, realizar publicaciones en las redes de TuBoleta. 2. **Movistar Arena:** Se les pidió poner el video promocional del FIAV en varias de sus pantallas, incluida su pantalla externa, autorizar el volanteo de programación y flyers promocionales del FIAV en sus conciertos. Brandear por un día la fachada del Movistar con “Llega el FIAV Bogotá en Octubre 4” 3. **Librería Tornamesa:** El carrusel de medios ‘Teatro para pensar, del 27 de septiembre, se transformó en una actividad híbrida de mercadeo y prensa. Se habló con Tornamesa para realizarla en su sede de Rosales, como un conversatorio entre directores y actrices de obras distritales participantes, al que asistieran además clientes de Tornamesa, invitados por mailing y redes de @latornamesa y @FiavBogota. Se ubicó una taquilla de TuBoleta durante todo el día, otorgando el 20% de descuento a sus clientes y a quienes compraran allá. 4. **Restaurante Cuye, del Jardín Botánico**: Como no se logró apoyo para tener presencia de promo del FIAV en el evento ‘Noche del Jardín’ del Jardín Botánico de Bogotá, se habló con Libardo Arango, dueño del restaurante Cuye que está dentro de las instalaciones del Jardín para exhibir la programación del FIAV Bogotá en su entrada 5. **Otros:** se hizo una lista de espacios y eventos donde tuvieran injerencia los aliados y se le propuso a la gerente empezar a gestionar promoción del FIAV allí. Por ejemplo: - **Cámara de Comercio de Bogotá** video y taquilla en el BAM, BOom y ArtBo - **Idartes** video en sus eventos y espacios como Colombia al Parque, Jazz al Parque, Salsa al Parque, Danza en la Ciudad, Cinemateca Distrital, Mubi Fest. - **SCRD**, en Open San Felipe, Noches del Jardín Botánico, Festival Cordillera, Mercado de SmartFilm 6. También propuse hacer alguna **estrategia de venta para el Día del Amor y la Amistad**, con la venta de un bono de regalo o un descuento especial. Se decidió entonces promocionar por redes un 2x1 que tuvo mucho éxito.
3. FASE DE PREINAUGURACIÓN .	Con intermediación de Minculturas, se realizó alianza con **RTVC, como Medio Oficial,** para la transmisión de la Inauguración y dos obras más durante el FIAV. También para convocar por medio de sus emisoras a los distintos eventos y registrar en su plataforma RTVC Play algunos de los eventos de la Agenda Académica. Al igual que con las otras alianzas de medios, se socializó con cada área del FIAV para cumplir con los compromisos. Las conversaciones y ejecución de las mismas se encuentran aquí: https://drive.google.com/drive/folders/1SHpPLPcLsViIptWet5dM7rK-J_qVEG7C?usp=drive_link Importante tener en cuenta que por solicitud de Idartes y SCRD, la gerencia realizó también una alianza con **Canal Capital como Medio Oficial.** Ellos transmitieron la inauguración, realizaron comercial para convocar y produjeron clips diarios de 4 minutos sobre el FIAV. Evidencias acá: https://drive.google.com/drive/folders/1VbtTAOSjIMFpJU-DVyOeqHfN3v3j6LDo?usp=drive_link

	Se realizó una **alianza con el IDT para traer a 9 periodistas regionales** durante los tres primeros días del FIAV Bogotá. https://drive.google.com/drive/folders/1idxUy7y6d29FZosvYv5m1a_R4gJ49BPi?usp=sharing Se apoyó en la construcción de las bases de datos de invitados de protocolo para la **inauguración.** https://docs.google.com/spreadsheets/d/1vaEhqkLgde4Zk7SpddmotZoMMKFRnb-RmDf7H76pq5s/edit?gid=1785965064#gid=1785965064 Se consiguió y preparó a **María Cecilia Sánchez para la presentación de la inauguración**. El libreto, escrito por Diego León, fue luego ajustado con ella para que se sintiera coloquial. https://drive.google.com/drive/folders/1zVPm9a7h0Wuw-GrqBjBQk9KODbv_0g-F?usp=sharing Se realizaron **cambios en el equipo para su fortalecimiento**, salió Pablo Triana y entró Camilo Casallas (4. CAMILO CASALLAS), quien asumió la asistencia editorial del libro de memorias del FIAV Bogotá 2024 Se coordinó y sacó adelante el **libro del FIAV Bogotá** https://bit.ly/4eKthci
4. FASE DE DESARROLLO DEL FIAV Diseño y ejecución de agendas	Se diseñó y ejecutó la **Agenda de Cubrimientos** de todo el evento, conciliada con los grupos, salas, hoteles, y el equipo técnico. https://bit.ly/4dWpeIM Junto al equipo de Prensa, se definieron 400 **escarapelas** para periodistas y se pidieron **boletas** de fidelización de medios pues las escarapelas no daban acceso a funciones. Ver en el link la hoja prensa: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1KLy8Dy995Q7MmbUCrKVDcdFJMMDUg2px/edit?usp=sharing&ouid=110872573161300093226&rtpof=true&sd=true Se le hizo seguimiento al cumplimiento de todas las negociaciones comerciales, teniendo presencia de los medios aliados en los distintos espacios y logrando publicidad en sus espacios: https://bit.ly/3UE1geu Se promocionó activamente la Agencia de Noticias FIAV y se le hizo seguimiento continuo a sus resultados: https://www.fiavbogota.com/prensa/ https://drive.google.com/file/d/1bWPInAmvZwZHBrBBppCxg_UKXCMI8AE3/view?usp=drive_link Se organizó un **mailing diario** para periodistas que fue ampliado al público general: https://drive.google.com/drive/folders/1nYaN2Xhagji3mROKbhvd44ybt4bkyV79?usp=sharing Se planeó el apoyo de las entidades aliadas en el cubrimiento masivo del FIAV Bogotá. Minculturas diseñó y ejecutó una agenda muy completa de cubrimientos con sus equipos

	periodísticos. La SCRD también realizó cubrimientos en los principales eventos. Ver posts en las distintas redes de @mincultura @alcaldiadebogota @culturaenbta @idartes @eneldelia @cocreaorg @camaracomerbog @infopresidencia Durante los últimos días del FIAV Bogotá, se entregó el libro a un buen número las compañías extranjeras y del Pacífico colombiano https://drive.google.com/drive/folders/1NMEv327qn28xTh0CJUTTPrsg2XYDHmIP?usp=sharing
Asistencia a todas las reuniones requeridas	Se asistió a todas las reuniones, presenciales y virtuales, a las que fui convocada. https://drive.google.com/drive/folders/1w3bw9cqclFVN-8Id91OY-oc4YSwLO2Xc?usp=drive_link

MÓNICA MARÍA SUÁREZ RAMOS
CC # 66.818.015
Contratista

V.Bo. ENRIQUE CORREDOR ROMERO
SUPERVISOR