



Cartagena, 1 de diciembre de 2025

SEÑORES:

SECRETARIA DE HACIENDA DISTRITAL DE LA ALCALDÍA MAYOR DE
CARTAGENA DE INDIAS

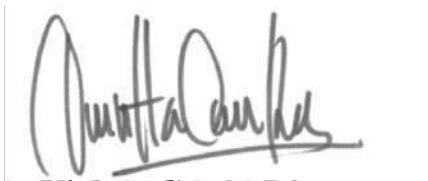
**ASUNTO: INFORME DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO No. SAMC-SEGD-003-
L1-2025**

**OBJETO: «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 GOBIERNO DE LA
SECRETARIA DE HACIENDA DISTRITAL DE LA ALCALDÍA MAYOR DE
CARTAGENA DE INDIAS».**

Cordial saludo,

Por el presente me permito remitir informe parcial de ejecución del contrato de la referencia, equivalentes al servicio prestado y número de productos entregables relacionados y facturado según los valores unitarios de la oferta económica de conformidad con la Cláusula Segunda ALCANCE DEL OBJETO CONTRACTUAL Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS y en cumplimiento de las obligaciones contractuales que del mismo se derivan.

Agradezco de antemano su atención y diligencia al respecto.



Violeta Cañón Pérez
Project Manager



INFORME DE EJECUCIÓN CONTRATO SAMC-SEGD-003-L1-2025 DEL 21 DE OCTUBRE DE 2025

INTRODUCCIÓN

El presente informe tiene como objetivo presentar avance de ejecución del **CONTRATO No. SAMC-SEGD-003-L1-2025** del 21 de octubre de 2025, suscrito entre el **DISTRITO TURÍSTICO Y CULTURAL DE CARTAGENA DE INDIAS** y la empresa **4TO Pixel Industria Creativa S.A.S.**, en cumplimiento de todas las obligaciones generales y específicas que del mismo se derivan entre las partes.

En este sentido, el informe presenta el detalle de todas las actividades desarrolladas por el contratista durante el período comprendido entre el 24 de octubre al 23 de noviembre de 2025 e incluye también las evidencias digitales de la ejecución, certificaciones de entregas y demás acciones ejecutadas durante el período señalado anteriormente.

OBJETO DEL CONTRATO

EL OBJETO DEL CONTRATO ES LOTE 1 - «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 GOBIERNO DE LA SECRETARIA DE HACIENDA DISTRITAL DE LA ALCALDÍA MAYOR DE CARTAGENA DE INDIAS».

Obligaciones específicas: El contratista se compromete a desarrollar las siguientes actividades, además de las implícitas en los documentos que hacen parte del proceso, y su propuesta :

1.1	El monitoreo de la difusión y noticias debe hacerse en los principales portales Web de noticias (locales y nacionales), las principales cadenas radiales locales y nacionales, al igual que los noticieros nacionales y regionales de televisión, periódicos y revistas. Se debe entregar un análisis mensual de posicionamiento mediático., de acuerdo con las actividades anteriormente planteadas. Informe de posicionamiento mediático de la entidad (aumenta, decrece o se mantiene, y recomendación de los correctivos que sean pertinentes y hoja de ruta con recomendaciones estratégicas
2.1	Difusión de contenidos y de comunicados de prensa emitidos por la Secretaría de Hacienda, en redes sociales: FACEBOOK, X E INSTAGRAM. activación de 2 historias en Instagram semanales / 4 post en Instagram y Facebook semanales, 3 trinos en la red social X semanales con información noticiosa emitida desde la Secretaría de Hacienda. Los copy de cada red social deben ser máximo de 500 caracteres. Deberá reportar certificación.
2.2	Difusión de contenidos y de comunicados de prensa emitidos por la Secretaría de Hacienda, en portales en página web y aplicaciones de mensajería instantánea de texto y multimedia.
2.3	Difusión de contenidos y de comunicados de prensa emitidos por la Secretaría de Hacienda, en radios frecuencia am, FM o independientes de líderes de opinión en horarios prime time.
3.1	Difusión de cuñas radiales en emisoras musicales y noticiosas frecuencia FM de las acciones y actividades adelantadas por la Secretaria de Hacienda de la Alcaldía de Cartagena de Indias en emisoras de cobertura local en horarios AAA. Duración: 30 segundos
3.2	Difusión de cuñas radiales en emisoras musicales y noticiosas frecuencia FM de las acciones y actividades adelantadas por la Secretaria de Hacienda de la Alcaldía de Cartagena de Indias en emisoras de cobertura local en horarios AAA. Duración: 60 segundos
3.3	Difusión de cuñas radiales en emisoras musicales y noticiosas frecuencia FM de las acciones y actividades adelantadas por la Secretaria de Hacienda de la Alcaldía de Cartagena de Indias en emisoras de cobertura nivel nacional en horarios AAA. Duración: 30 segundos
3.4	Difusión de cuñas radiales en emisoras musicales y noticiosas frecuencia FM de las acciones y actividades adelantadas por la Secretaria de Hacienda de la Alcaldía de Cartagena de Indias en emisoras de cobertura nivel nacional en horarios AAA. Duración: 60 segundos

3.5	Difusión de cuñas radiales en emisoras musicales y noticiosas frecuencia AM de las acciones y actividades adelantadas por la Secretaria de Hacienda de la Alcaldía de Cartagena de Indias en emisoras de cobertura local en horarios AAA. Duración: 30 segundos
3.6	Difusión de cuñas radiales en emisoras musicales y noticiosas frecuencia AM de las acciones y actividades adelantadas por la Secretaria de Hacienda de la Alcaldía de Cartagena de Indias en emisoras de cobertura local en horarios AAA. Duración: 60 segundos
3.7	Difusión de cuñas radiales en emisoras musicales y noticiosas frecuencia AM de las acciones y actividades adelantadas por la Secretaria de Hacienda de la Alcaldía de Cartagena de Indias en emisoras de cobertura nivel nacional en horarios AAA. Duración: 30 segundos
3.8	Difusión de cuñas radiales en emisoras musicales y noticiosas frecuencia AM de las acciones y actividades adelantadas por la Secretaria de Hacienda de la Alcaldía de Cartagena de Indias en emisoras de cobertura nivel nacional en horarios AAA. Duración: 60 segundos
3.9	Mensajes, noticias, notas periodísticas y/o entrevistas o informativos institucionales transmitidos de lunes a viernes en emisoras musicales y noticiosas cobertura nivel local frecuencia AM Duración de la nota: de 40 a 60 segundos cada una.
3.10	Mensajes, noticias, notas periodísticas y/o entrevistas o informativos institucionales transmitidos de lunes a viernes en emisoras musicales y noticiosas cobertura nivel local frecuencia FM Duración de la nota: de 40 a 60 segundos cada una.
3.11	Mención diaria, fuera de Break, transmitidos de lunes a viernes horarios AAA en emisoras musicales y noticiosas cobertura nivel local frecuencia FM Duración: 20 a 30 segundos
3.12	Producción de promos o cuñas radiales comerciales según los requerimientos y guiones suministrados por la Secretaria de Hacienda. Duración: de 30 a 60 segundos cada una.
4.1	Transmisión televisiva de eventos. Espacio de hasta dos (2) horas de transmisión de eventos culturales y/o informativos en medio de televisión regional.
4.2	Difusión de mensajes comerciales televisivos de las acciones y actividades adelantadas por la Secretaria de Hacienda de la Alcaldía de Cartagena de Indias cobertura de canales a nivel local y corregimientos horario prime time. Duración: de 40 a 60 segundos cada una.
PUBLICACIONES EN PRENSA ESCRITA	
5.1	Aviso de página completa o contenido en formato estilo europeo (periódico Tradicional) con medidas de 25,6 cm de alto * 33,6 cm de ancho a policromía

5.2	Video de 45 segundos a un minuto. Deberá publicarse en las historias de las redes de Instagram y Facebook (tres días en el feed de reels, historia de Instagram por 24 horas)
5.3	Aviso de página en formato estilo tabloide consta de 1 página con medidas de 26 cm de alto * 25,5 cm de ancho y 1 portada de 20,25 cm de alto * 25,5 cm de ancho a policromía en periódico popular
5.4	Multihistorias (2) en Instagram del diario local.
5.5	Publicación de un contenido anchado en home por 24 horas. realizado por el medio de comunicación.
5.6	Push notificación de los contenidos.
5.7	Aviso de página completa con contenido en formato estilo europeo (periódico tradicional)
6.1	Pata de 6col x 10cm en Policromía en el periódico, cobertura nacional, que contengan un QR que lleve a la página de la Secretaria de Hacienda de la Alcaldía de Cartagena de Indias con la información turismo
6.2	Página de aviso en Policromía en periódico, en corriente cuerpo 2 o especiales, cobertura nacional,
6.3	Contenido digital con su respectivo plan de distribución (1 destacado afín por 3 días y 1.500 clics al contenido).
6.4	Infografía interactiva: 1 llamado en sección afín acordado con el cliente por 3 días, sujeto a disponibilidad y 1.500 clics desde redes sociales
6.5	Distribución del video en redes sociales (1 reel en formato de video de 1 minuto para dar visibilidad a las diferentes actividades de un evento especial y 1 historia en Instagram)
6.6	Carrusel en Instagram con máximo 6 imágenes ll llamativas y de calidad, que contenga información útil y fácil para la audiencia.
7.1	Publicación de página impresa, los cuales incluirán réplica digital en página web y distribución en redes sociales por nota.
7.2	Reducciones en video de los principales highlights de la entrevista con la participación del alcalde para publicación en las diferentes plataformas digitales de la revista.
7.3	Notas digitales con reducciones embebidas ampliando el contenido audiovisual, en página web de la revista.
7.4	Pauta digital en video con mejores momentos de entrevista.
7.5	1 especial impreso, cuadernillo de 24 páginas, con circulación al interior de la revista
7.6	Distribución del contenido en un especial multimedia en la revista
7.7	Distribución del contenido en las redes sociales propia. Facebook de la revista, insta history en Instagram de la Revista y LK de una revista financiera asociada.
7.8	Pauta display para la alcaldía. (500 mil impresiones) que redirecciónará a la URL que designen
7.9	Distribución del video en redes sociales (Reel en Instagram, historia en Instagram, Youtube Short, video en Facebook, video en Tik tok, video en X).

7.10	Infografía paralla x. Diseño de infografía de hasta cinco niveles y paquete de animación básica.
8.1	Presentar los diseños, plan de trabajo, guiones de contenidos, presupuesto y detalle del programa a cumplir en las activaciones BTL definidas.
8.2	Conceptualizar y desarrollar mensajes institucionales a través de estrategias BTL.
8.3	Activaciones BTL de alto impacto en espacios comunicacionales no convencionales como eventos, certámenes, actos significativos de orden social, académico, gremial o cultural, y en las cuales se puedan visibilizar los mensajes de las campañas de la secretaria de hacienda ante sus públicos estratégicos, replicadores o líderes de opinión. Se deben sugerir tantas activaciones BTL como sea posible, que permitan generar experiencias de impacto con públicos especiales priorizados por la Secretaria de Hacienda de la Alcaldía de Cartagena de Indias.
9.1	a. Planeación y ejecución de foro con temáticas claves para el Plan de Desarrollo Cartagena Ciudad de Derechos con el acompañamiento de Medios Impresos de amplia circulación Nacional y Regional. b. Promoción previa al foro en medios nacionales mediante cuadernillo especial, especiales multimedia y videos y contenidos en redes sociales. c. Transmisión del evento en las plataformas digitales del medio, Vocería en un panel, Presencia de logo en la escenografía y piezas gráficas del evento, mención de la Alcaldía de Cartagena durante el evento. d. Posteos en redes sociales (FB + IG + X + YT + Tik tok + LinkedIn) de los mejores momentos del evento. e. Mención del Distrito en nota digital de los mejores momentos del evento con distribución en redes sociales (1 post en Facebook y 1 historia en Instagram y 1 post en LinkedIn) y pauta display. f. Mención del Distrito en las páginas de conclusiones del evento publicado en la medio impreso que circula posterior al evento con distribución en redes sociales de y pauta display. g. Presencia de logo del Distrito en toma de home (banners de 1260x300, 300x250, 320x100 y 1000x90) promocional del evento. h. Presencia de logo del Distrito en campaña de pauta digital invitando a conectarse 3 días antes del evento. i. presencia de logo en aviso impreso anunciando el evento j. presencia de logo en un video anunciando el evento en redes sociales (IG, X, FB, YT, TikTok y LinkedIn)

ACTIVIDADES EJECUTADAS CORTE:

Descripción	Cantidad
El monitoreo de la difusión y noticias debe hacerse en los principales portales Web de noticias (locales y nacionales), las principales cadenas radiales locales y nacionales, al igual que los noticieros nacionales y regionales de televisión, periódicos y revistas. Se debe entregar un análisis mensual de posicionamiento mediático., de acuerdo con las actividades anteriormente planteadas. Informe de posicionamiento mediático de la entidad (aumenta, decrece o se mantiene, y recomendación de los correctivos que sean pertinentes y hoja de ruta con recomendaciones estratégicas	1
Difusión de cuñas radiales en emisoras musicales y noticiosas frecuencia FM de las acciones y actividades adelantadas por la Secretaria de Hacienda de la Alcaldía de Cartagena de Indias en emisoras de cobertura local en horarios AAA. Duración: 30 segundos	31
Difusión de cuñas radiales en emisoras musicales y noticiosas frecuencia FM de las acciones y actividades adelantadas por la Secretaria de Hacienda de la Alcaldía de Cartagena de Indias en emisoras de cobertura nivel nacional en horarios AAA. Duración: 30 segundos	8
Difusión de cuñas radiales en emisoras musicales y noticiosas frecuencia FM de las acciones y actividades adelantadas por la Secretaria de Hacienda de la Alcaldía de Cartagena de Indias en emisoras de cobertura nivel nacional en horarios AAA. Duración: 60 segundos	12
Producción de promos o cuñas radiales comerciales según los requerimientos y guiones suministrados por la Secretaria de Hacienda. Duración: de 30 a 60 segundos cada una.	2
Transmisión televisiva de eventos. Espacio de hasta dos (2) horas de transmisión de eventos culturales y/o informativos en medio de televisión regional.	8
Difusión de mensajes comerciales televisivos de las acciones y actividades adelantadas por la Secretaria de Hacienda de la Alcaldía de Cartagena de Indias cobertura de canales a nivel local y corregramientos horario prime time. Duración: de 40 a 60 segundos cada una.	100
Aviso de página completa o contenido en formato estilo europeo (periódico Tradicional) con medidas de 25, 6 cm de alto * 33,6 cm de ancho a policromía	5
Video de 45 segundos a un minuto. Deberá publicarse en las historias de las redes de Instagram y Facebook (tres días en el feed de reels, historia de Instagram por 24 horas)	2
Aviso de página en formato estilo tabloide consta de 1 página con medidas de 26 cm de alto * 25,5 cm de ancho y 1 portada de 20,25 cm de alto * 25,5 cm de ancho a policromía en periódico popular	6
Multihistorias (2) en Instagram del diario local.	4
Publicación de un contenido anchado en home por 24 horas. realizado por el medio de comunicación.	2

Distribución del video en redes sociales (1 reel en formato de video de 1 minuto para dar visibilidad a las diferentes actividades de un evento especial y 1 historia en Instagram)	1
a. Planeación y ejecución de foro con temáticas claves para el Plan de Desarrollo Cartagena Ciudad de Derechos con el acompañamiento de Medios Impresos de amplia circulación Nacional y Regional. b. Promoción previa al foro en medios nacionales mediante cuadernillo especial, especiales multimedia y videos y contenidos en redes sociales. c. Transmisión del evento en las plataformas digitales del medio, Vocería en un panel, Presencia de logo en la escenografía y piezas gráficas del evento, mención de la Alcaldía de Cartagena durante el evento. d. Posteos en redes sociales (FB + IG + X + YT + Tik tok + LinkedIn) de los mejores momentos del evento. e. Mención del Distrito en nota digital de los mejores momentos del evento con distribución en redes sociales (1 post en Facebook y 1 historia en Instagram y 1 post en LinkedIn) y pauta display. f. Mención del Distrito en las páginas de conclusiones del evento publicado en la medio impreso que circula posterior al evento con distribución en redes sociales de y pauta display. g. Presencia de logo del Distrito en toma de home (banners de 1260x300, 300x250, 320x100 y 1000x90) promocional del evento. h. Presencia de logo del Distrito en campaña de pauta digital invitando a conectarse 3 días antes del evento. i. presencia de logo en aviso impreso anunciando el evento j. presencia de logo en un video anunciando el evento en redes sociales (IG, X, FB, YT, TikTok y LinkedIn)	1

EVIDENCIAS.

1.1 El monitoreo de la difusión y noticias debe hacerse en los principales portales Web de noticias (locales y nacionales).

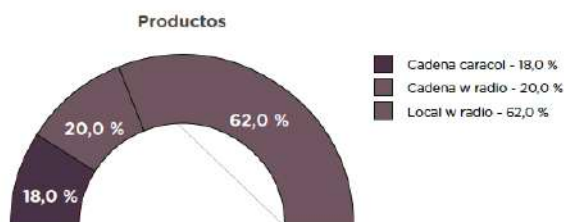


Los gráficos muestran la distribución de los espacios contratados, tanto en su distribución según día de la semana en el gráfico de la izquierda, como en su distribución horaria de lunes a viernes y en el fin de semana en los gráficos de la derecha.

Productos (Cadenas)

Total Productos de Radio: (3)

- (9) Cadena caracol
- (10) Cadena w radio
- (31) Local w radio



3.1 Difusión de cuñas radiales en emisoras musicales y noticiosas frecuencia FM de las aceñones y actividades adelantadas por la Secretaria de Hacienda de la Alcaldía de Cartagena de Indias en emisoras de cobertura local en horarios AAA.

Duración: 30 segundos



INFORME DE ACTIVIDADES

CARACOL PRIMERA CADENA RADIAL COLOMBIANA S.A

CERTIFICA

Que por las emisoras de Caracol S.A. se emite publicidad radial al cliente **4TO PIXEL INDUSTRIA CREATIVA** identificado con NIT **900.554.297**, en el periodo comprendido del 29 de octubre/2025 al 29 de noviembre/2025, de acuerdo con el número de contrato: M25/1128/0022117 en las siguientes cadenas, programas, cobertura digital y actividades BTL:

1. Treinta y una (31) cuñas de 30 segundos en W RADIO - CARTAGENA 107.5 F.M.
2. Doce (10) cuñas de 30 segundos en W RADIO – CADENA COBERTURA NACIONAL.
3. Realización de foros y conversatorios (“Hacia dónde va Cartagena” Cartagena decide pensar en grande: articulación, proyectos y ciudadanía como eje del desarrollo

Total: 41 cuñas

Para constancia se firma en Cartagena el día (01) del mes de diciembre de Dos mil veinticinco (2025).

Cordialmente,

CARACOL S.A., GERENCIA CARTAGENA



MARIA ALEJANDRA DE POMBO
Gerente

www.caracol.com.co
Regional Antioquia: Cra 35#15b-143 Medellín 35 Tel (604) 250 6011
Regional Eje cafetero: Carrera 15 No 48-37 Pereira, Tel (606) 331 6000
Bogotá edificio Caracol Radio: Clí 67 No.7-37 piso 7, Tel (601)348 7600

Regional Occidente: Cra 2 Oeste #6 – 08 Piso 3, Tel (602)651 0100 Regional
Costa: Clí 88 No.428 13 B/quilla, Tel (605) 367 0404 Regional Oriente: Clí 35
No. 16-24 Piso 8 B/manga, Tel (607) 670 8090

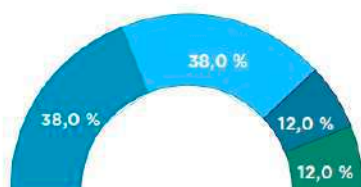


Materiales (Creatividades)

Total materiales: (4)

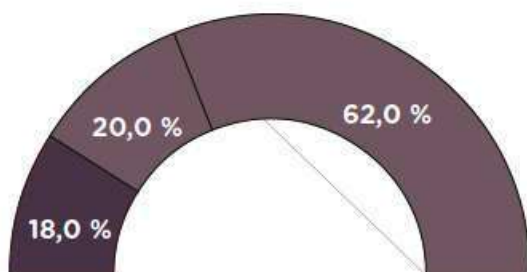
MUNICIPIO CTG REF HACIA DONDE VA CTG 1 - Formato: CUÑA 25 - Dur: 25s - N° Emis: 19 - Tiempo emisión: 00:07:55
MUNICIPIO CTG REF HACIA DONDE VA CTG 2 - Formato: CUÑA 35 - Dur: 35s - N° Emis: 19 - Tiempo emisión: 00:11:05
ESQ MUNICIPIO DE CTG - Formato: ESQUINA 1 - Dur: 1s - N° Emis: 6 - Tiempo emisión: 00:00:06
MUNICIPIO CTG REF HACIA DONDE VA CTG 3 - Formato: CUÑA 40 - Dur: 40s - N° Emis: 6 - Tiempo emisión: 00:04:00

Materiales



MUNICIPIO CTG REF HACIA DONDE VA CTG 1 - 38,0 %
MUNICIPIO CTG REF HACIA DONDE VA CTG 2 - 38,0 %
ESQ MUNICIPIO DE CTG - 12,0 %
MUNICIPIO CTG REF HACIA DONDE VA CTG 3 - 12,0 %

Soportes utilizados



CARACOL RADIO - CADENA - 18,0 %
W RADIO - CADENA - 20,0 %
W RADIO - CARTAGENA 107.5 F.M. - 62,0 %

3.3 Difusión de cuñas radiales en emisoras musicales y noticiosas frecuencia FM de las acciones y actividades adelantadas por la Secretaria de Hacienda de la Alcaldía de Cartagena de Indias en emisoras de cobertura nivel nacional en horarios AAA.

Duración: 30 segundos



INFORME DE ACTIVIDADES

CARACOL PRIMERA CADENA RADIAL COLOMBIANA S.A

CERTIFICA

Que por las emisoras de Caracol S.A. se emite publicidad radial al cliente **4TO PIXEL INDUSTRIA CREATIVA** identificado con NIT **900.554.297**, en el periodo comprendido del 29 de octubre/2025 al 29 de noviembre/2025, de acuerdo con el número de contrato: M25/1128/0022117 en las siguientes cadenas, programas, cobertura digital y actividades BTL:

1. Treinta y una (31) cuñas de 30 segundos en W RADIO - CARTAGENA 107.5 F.M.
2. Doce (10) cuñas de 30 segundos en W RADIO – CADENA COBERTURA NACIONAL.
3. Realización de foros y conversatorios ("Hacia dónde va Cartagena" Cartagena decide pensar en grande: articulación, proyectos y ciudadanía como eje del desarrollo

Total: 41 cuñas

Para constancia se firma en Cartagena el día (01) del mes de diciembre de Dos mil veinticinco (2025).

Cordialmente,

CARACOL S.A., GERENCIA CARTAGENA



MARIA ALEJANDRA DE POMBO
Gerente

www.caracol.com.co
Regional Antioquia: Cra 35#15b-143 Medellín 35 Tel (604) 250 6011
Regional Eje Cafetero: Carrera 15 No.48-37 Pereira, Tel (606) 331 6000
Bogotá edificio Caracol Radio: Cl 67 No.7-37 piso 7, Tel (601)348 7600
Regional Occidente: Cra 2 Oeste #6 – 06 Piso 3, Tel (602)651 0100 Regional
Costa: Cl 88 No.428 13 B/quilla, Tel (605) 367 0404 Regional Oriente: Cl 35
No. 16 -24 Piso 8 B/manga, Tel (607) 670 8990



3.4 Difusión de cuñas radiales en emisoras musicales y noticiosas frecuencia FM de las acerones y actividades adelantadas por la Secretaria de Hacienda de la Alcaldía de Cartagena de Indias en emisoras de cobertura nivel nacional en horarios AAA.
Duración: 60 segundos

CARACOL TELEVISIÓN S.A. CERTIFICA QUE:						 CARACOL TELEVISIÓN S.A. Nº 800.023.6742 CALLE 103 No. 69 B - 43 50007A, D.C. CONMUTADOR #430436			
Los siguientes comerciales ordenados por la agencia 4TO PIXEL INDUSTRIA CREATIVA S.A.S y que pertenecen al cliente DISTRITO TURISTICO Y CULTURAL DE CAR fueron emitidos en BLU Radio en las fechas que se relacionan a continuación.						ORDENACIENCIA : CP-16386*			
						PAGINA 1 DE 1			
						12842625			
EMISORA	CIUDAD	PROGRAMA	FECHA	HORA EMISION	COMERCIAL	PRODUCTO	REFERENCIA	DUR	FACTURA
BLU	Nacional	VOZ POPULLI	2025/11/13	17:35:16	D3H6/58316/120	DIRECTO VOZ PC DIRECTO ALC DE CGENA NAC 13Y14NOV		120	CB-71459
BLU	Nacional	VOZ POPULLI	2025/11/13	17:36:57	D3H6/58316/120	DIRECTO VOZ PC DIRECTO ALC DE CGENA NAC 13Y14NOV		120	CB-71459
BLU	Nacional	VOZ POPULLI	2025/11/13	18:45:02	D3H6/58316/120	DIRECTO VOZ PC DIRECTO ALC DE CGENA NAC 13Y14NOV		120	CB-71459
BLU	Nacional	VOZ POPULLI	2025/11/13	18:45:43	D3H6/58316/120	DIRECTO VOZ PC DIRECTO ALC DE CGENA NAC 13Y14NOV		120	CB-71459
BLU	Nacional	VOZ POPULLI	2025/11/13	18:14:54	D3H6/58316/120	DIRECTO VOZ PC DIRECTO ALC DE CGENA NAC 13Y14NOV		120	CB-71459
BLU	Nacional	VOZ POPULLI	2025/11/13	17:45:46	D3H6/58316/120	DIRECTO VOZ PC DIRECTO ALC DE CGENA NAC 13Y14NOV		120	CB-71459
BLU	Nacional	VOZ POPULLI	2025/11/14	18:28:07	D3H6/58316/120	DIRECTO VOZ PC DIRECTO ALC DE CGENA NAC 13Y14NOV		120	CB-71459
BLU	Nacional	VOZ POPULLI	2025/11/14	18:06:46	D3H6/58316/120	DIRECTO VOZ PC DIRECTO ALC DE CGENA NAC 13Y14NOV		120	CB-71459
BLU	Nacional	VOZ POPULLI	2025/11/14	17:32:58	D3H6/58316/120	DIRECTO VOZ PC DIRECTO ALC DE CGENA NAC 13Y14NOV		120	CB-71459
BLU	Nacional	VOZ POPULLI	2025/11/14	17:01:56	D3H6/58316/120	DIRECTO VOZ PC DIRECTO ALC DE CGENA NAC 13Y14NOV		120	CB-71459
BLU	Nacional	VOZ POPULLI	2025/11/14	17:50:15	D3H6/58316/120	DIRECTO VOZ PC DIRECTO ALC DE CGENA NAC 13Y14NOV		120	CB-71459
BLU	Nacional	VOZ POPULLI	2025/11/14	16:28:18	D3H6/58316/120	DIRECTO VOZ PC DIRECTO ALC DE CGENA NAC 13Y14NOV		120	CB-71459

Impreso por CARACOL TELEVISION S.A. Nº 800.023.6742

Copia PDF

Atentamente,


ALVARO HUGO CLAVIJO
 Director de Operaciones

3.12 Producción de promos o cuñas radiales comerciales según los requerimientos y guiones suministrados por la Secretaria de Hacienda. Duración: de 30 a 60 segundos cada una.

Modelo	Programa	Anuncio
CUÑA 35	Noticiero la w	MUNICIPIO CTG REF HACIA DONDE VA CTG 2
CUÑA 25	Noticiero la w	MUNICIPIO CTG REF HACIA DONDE VA CTG 1
CUÑA 35	Noticiero la w	MUNICIPIO CTG REF HACIA DONDE VA CTG 2
CUÑA 25	Noticiero la w	MUNICIPIO CTG REF HACIA DONDE VA CTG 1
CUÑA 25	Noticiero la w	MUNICIPIO CTG REF HACIA DONDE VA CTG 1
CUÑA 25	Noticiero la w	MUNICIPIO CTG REF HACIA DONDE VA CTG 1
CUÑA 35	Noticiero la w	MUNICIPIO CTG REF HACIA DONDE VA CTG 2

Total inserciones: 7

Modelo	Programa	Anuncio
CUÑA 35	Noticiero la w	MUNICIPIO CTG REF HACIA DONDE VA CTG 2
CUÑA 25	Noticiero la w	MUNICIPIO CTG REF HACIA DONDE VA CTG 1
CUÑA 35	Noticiero la w	MUNICIPIO CTG REF HACIA DONDE VA CTG 2
CUÑA 25	Noticiero la w	MUNICIPIO CTG REF HACIA DONDE VA CTG 1
CUÑA 35	Noticiero la w	MUNICIPIO CTG REF HACIA DONDE VA CTG 2

Total inserciones: 5

Modelo	Programa	Anuncio
CUÑA 35	Noticiero la w	MUNICIPIO CTG REF HACIA DONDE VA CTG 2
CUÑA 35	Noticiero la w	MUNICIPIO CTG REF HACIA DONDE VA CTG 2
CUÑA 25	Noticiero la w	MUNICIPIO CTG REF HACIA DONDE VA CTG 1
CUÑA 25	Noticiero la w	MUNICIPIO CTG REF HACIA DONDE VA CTG 1
CUÑA 25	Noticiero la w	MUNICIPIO CTG REF HACIA DONDE VA CTG 1
CUÑA 25	Noticiero la w	MUNICIPIO CTG REF HACIA DONDE VA CTG 1

La transformación urbana se materializa en proyectos emblemáticos que están redefiniendo el mapa de la ciudad: la recuperación del frente costero, la revitalización de espacios públicos históricos, la intervención de zonas tradicionalmente rezagadas, la modernización de equipamientos educativos y de salud, y la activación de escenarios culturales y de entretenimiento. Más allá de la obra física, se resaltó el impacto simbólico de estos proyectos en la autoestima ciudadana y en la percepción de futuro.

Una visión regional: ciudad-región y complementariedad territorial

El desarrollo de Cartagena fue abordado desde una perspectiva regional. El crecimiento de la ciudad se entiende como un motor que irradia oportunidades hacia el departamento y los municipios de su entorno. Bajo esta lógica, se planteó la necesidad de romper la fragmentación territorial y avanzar hacia una integración funcional basada en infraestructura, servicios públicos, conectividad y formación de talento.

La apuesta regional incluye corredores estratégicos alrededor de los puertos, la mejora de vías de acceso, la expansión de redes de acueducto y alcantarillado, y una fuerte inversión en infraestructura educativa. Se destacó la importancia de que los nuevos equipamientos educativos se conviertan también en nodos de educación superior y formación técnica, conectados con las necesidades del aparato productivo.

Esta visión de ciudad-región busca que el crecimiento no se concentre únicamente en el núcleo urbano, sino que genere encadenamientos productivos, movilidad social y oportunidades en un territorio ampliado.

Sector privado: inversión con propósito y valor compartido

El sector privado fue presentado como un actor fundamental del proceso de transformación. Lejos de una visión limitada al lucro, se insistió en la responsabilidad de invertir con enfoque de largo plazo y en clave de valor compartido: rentabilidad económica, sostenibilidad ambiental e impacto social. El turismo fue reconocido como uno de los principales motores de la economía local, pero complementado por sectores industriales, petroquímicos, logísticos y de vivienda, que funcionan como “turbinas” del crecimiento económico y del empleo formal. La diversificación productiva apareció como una fortaleza clave de Cartagena.



Se presentaron iniciativas que ejemplifican la articulación entre empresas, fundaciones, comunidades y administraciones públicas: proyectos turísticos integrados al paisaje y la cultura local, planes de ordenamiento y mejoramiento de infraestructura en territorios con alta presión turística, macroproyectos de vivienda con equipamientos sociales, y apuestas por servicios de salud de alta complejidad y turismo de lujo. En todos los casos, el énfasis estuvo en garantizar que el desarrollo genere beneficios directos a las comunidades locales.

Comunidades y cultura: la gobernanza como factor de éxito

Uno de los ejes transversales del foro fue el rol de las comunidades. Se reconoció que la conflictividad social es una realidad presente, expresada en protestas, bloqueos y desconfianza frente a los proyectos. Sin embargo, también se destacó un cambio de fondo: un mayor sentido de pertenencia y apropiación del territorio.

Se planteó la necesidad de pasar de relaciones clientelares o de confrontación a esquemas de negociación transparente, con incentivos alineados a un propósito territorial. La experiencia demuestra que cuando las comunidades participan activamente y ven resultados concretos, los proyectos ganan legitimidad y sostenibilidad.

En este sentido, se resaltó la creación de nuevos mecanismos de diálogo territorial, que reconocen a las organizaciones comunitarias como interlocutores válidos frente a problemas cotidianos de servicios públicos, convivencia y desarrollo barrial. Asimismo, se subrayó la importancia de mantener un diálogo permanente con sindicatos, gremios y organizaciones sociales.

La cultura fue identificada como un activo estratégico para reconstruir tejido social, fortalecer identidad y proyectar a la ciudad. Las fiestas, las expresiones artísticas y los procesos culturales comunitarios fueron reivindicados como herramientas de cohesión y de desarrollo simbólico y económico.

Turismo, conectividad e infraestructura: habilitadores del crecimiento

El foro coincidió en que el desarrollo turístico de Cartagena depende de manera directa de la infraestructura y la conectividad. Las inversiones en infraestructura turística buscan desconcentrar la presión sobre el centro histórico y expandir el turismo hacia nuevos polos urbanos y rurales.

La conectividad aérea fue señalada como un habilitador crítico. La ampliación y modernización de la infraestructura aeroportuaria responde tanto a los desafíos





[Aumentar el contraste](#)



UTC -5 11:59:04

ALCALDÍA DEL DIST...



Procesos SECOP	Procesos	Contratos	Proveedores	Menú	Ir a
----------------	----------	-----------	-------------	------	------

Buscar...

[Escritorio](#) → [Menú](#) → [Procesos de la Entidad Estatal](#) → [Expediente](#) → [Selección](#) → **Ver contrato**

ÁREA DE APROBACIÓN

La fase del proceso fue aprobada.

Flujos de aprobación 1

MOSTRAR DETALLES

Flujos de aprobación 2

MOSTRAR DETALLES

Flujos de aprobación 3

MOSTRAR DETALLES

Flujos de aprobación 4

MOSTRAR DETALLES

1 **Información general**

[Volver](#)

[Evaluar proveedor](#)

[Imprimir](#)

[Modificar](#)

[<](#)

[>](#)

2 [Condiciones](#)

Identificación del contrato

3 [Bienes y servicios](#)

4 [Documentos del Proveedor](#)

5 [Documentos del contrato](#)

6 [Información presupuestal](#)

7 [Ejecución del Contrato](#)

8 [Modificaciones del Contrato](#)

9 [Incumplimientos](#)

ID del contrato en SECOP CO1.PCCNTR.8480520

Versión del contrato 1

Estado de contrato En ejecución

Fecha de generación del estado 21/10/2025 7:06:25 PM ((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)

Número del contrato SAMC-SEGD-003-L1-2025

Objeto del contrato PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS ESTRATÉGICO DEL DISTRITO DE CARTAGENA DE INDIAS CON LA FINALIDAD DE DIFUNDIR LAS CAMPAÑAS INSTITUCIONALES, SOCIALIZAR LA OFERTA INSTITUCIONAL Y FORTALECER LA VISIBILIDAD DE LAS ACCIONES DE GOBIERNO Y EJECUCIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO 2024 - 2027 "CARTAGENA CIUDAD DE DERECHOS

Tipo de Contrato Prestación de servicios

¿Asociado a otro contrato? ☐ Sí ☒ No

Duración del contrato 70 Días

Fecha de inicio de contrato 24/10/2025 6:00:00 PM ((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)

Fecha de terminación del contrato 26 días para terminar (31/12/2025 11:59:00 PM(UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)

Tiempo adiciones en días 0 días

Liquidación ☒ Sí ☐ No *

Fecha de inicio de liquidación 26 días para terminar (1/01/2026 12:00:00 AM(UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)

Fecha fin de liquidación 30/04/2026 12:00:00 AM ((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)

Obligaciones Ambientales ☐ Sí ☒ No *

Obligaciones pos consumo ☐ Sí ☒ No *

Reversión ☐ Sí ☒ No *

Información de la Entidad Estatal contratante



ALCALDÍA DEL DISTRITO TURÍSTICO Y CULTURAL DE CARTAGENA DE INDIAS 0 Recomendación (es)
COLOMBIA, Cartagena
★★★★★



Información del Proveedor contratista



4TO PIXEL SAS
COLOMBIA, Cartagena
Número de documento 900554297

Cuenta bancaria del proveedor

Proveedor	Nombre del banco	Tipo de cuenta	Número de cuenta
4TO PIXEL SAS	DAVIVIENDA	Ahorros	056000686545

Aprobación del contrato

Aprobador – Proveedor

Aprobado *VIOLETA* *22/10/2025*
por: *CAÑON* *10:37:53 AM*
PEREZ *aprobación: ((UTC-05:00*
Bogotá, Lima, Quito)

Aprobador – Entidad Estatal

Aprobado *MARIA* *22/10/2025*
por: *PATRICIA* *3:32:14 PM*
PORRAS *aprobación: ((UTC-05:00*
MENDOZA *Bogotá, Lima,*
Quito)

Contrato Firmado: [CO1_PCCNTR_8480520_Firmado](#)

Contrato en ejecución: [CO1_PCCNTR_8480520_En ejecución](#)

Información del contrato

Tipo de proceso Selección abreviada menor cuantía
Unidad de contratación EQUIPO DE LA SECRETARIA GENERAL
Proceso de Contratación SAMC-SEGD-003-2025
Título de la oferta PLAN MEDIOS HACIENDA 2025 copia
Cuantía del contrato 813.000.000 COP