CORPO TURISMO CARTAGENA DE INDIAS	**SOLICITUD DE COTIZACIÓN**	**Versión: 03** **Fecha de la versión: 02-01-2025**
	PROCESO DE CONTRATACIÓN	**CORPORACION TURISMO CARTAGENA DE INDIAS**

Cartagena de Indias D. T. y C., julio 02 de 2025
Patrimonio de la Humanidad

DE: CORPORACIÓN TURISMO CARTAGENA DE INDIAS

REF.: SOLICITUD DE COTIZACION PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE PAUTA PUBLICITARIA Y ADMINISTRACIÓN DE LA MISMA PARA LA PROMOCIÓN DE CARTAGENA DE INDIAS EN LOS MERCADOS DE COLOMBIA Y LATINOAMÉRICA A TRAVÉS DE AGENCIA DE VIAJE ONLINE (OTA).

Cordial saludo.

De acuerdo al tema de la referencia, le agradecemos enviar cotización, teniendo en cuenta las características que se describen a continuación:

La **CORPORACIÓN TURISMO CARTAGENA DE INDIAS** es una entidad descentralizada indirecta, del Distrito de Cartagena de Indias, sin ánimo de lucro, cuyo objetivo es la articulación, planeación y ejecución de las acciones necesarias que promuevan la competitividad, calidad y promoción nacional e internacional de la oferta turística de la ciudad, generando valor sostenible en lo social, económico, ambiental y cultural del destino.

Por tal razón la **CORPORACION** en el marco de su misionalidad, busca unir esfuerzos con los sectores público y privado, enfocándose principalmente en la gestión del destino para implementar estrategias de promoción y conectividad enfocadas a un turismo responsable y sostenible de la ciudad. Así mismo, busca promover el conocimiento del destino, sus atractivos turísticos y las diversas opciones de experiencias para los visitantes en los principales mercados nacionales e internacionales.

Para dar cumplimiento con los objetivos estratégicos de CORPOTURISMO, se ha propuesto implementar acciones de mercadeo en medios propios tales como: página web, redes sociales y plataformas digitales para promocionar Cartagena de Indias a nivel nacional e internacional así como la participación en eventos que permitan promocionarla como destino de turismo por excelencia en Colombia, por lo tanto, en el plan estratégico de CORPOTURISMO se han propuesto la presencia del destino en ferias, misiones y workshops.

Las estrategias de promoción de destino suelen llevarse a cabo mediante elementos clave de mercadeo, ya sea digital o tradicional. El marketing digital por su parte se enfoca en acciones y estrategias en línea para promocionar, vender y comunicar productos o servicios, atender a los clientes y monitorear el rendimiento en dispositivos y plataformas digitales. En la actualidad, es esencial para aumentar la notoriedad de los destinos y expandir su cobertura y visibilidad frente al tipo de viajeros que se quieren atraer al mismo.

El marketing digital se ha convertido en una herramienta crucial para la industria de viajes y turismo gracias al alcance global que ofrece, la accesibilidad a la información en cualquier momento, la segmentación objetiva según los intereses de los viajeros, la medición y el análisis en tiempo real y la efectividad al momento de promover destinos turísticos. El marketing digital no solo amplía el alcance y la accesibilidad a los destinos con vocación turística, sino que también mejora la personalización, la interacción con los clientes y la capacidad de medir el impacto de las estrategias de marketing de manera más efectiva que los métodos tradicionales.

Las agencias de viajes online son un medio eficaz para el marketing de destinos debido a su capacidad para utilizar datos detallados de comportamiento del usuario y preferencias de búsqueda. A través de análisis avanzados, pueden segmentar audiencias específicas y personalizar las ofertas de destinos, atracciones y paquetes de viaje según las tendencias actuales de demanda.

Esto no solo maximiza la relevancia de las campañas promocionales, sino que también optimiza la distribución del presupuesto de marketing al dirigirse a los clientes potenciales más propensos a convertirse en viajeros reales, aumentando así la eficacia del marketing del destino a escala global.

Hoy día las tendencias en los viajeros demuestran el interés de conocer de antemano el destino que desean visitar, por lo que con ayuda de los motores de búsqueda se enfocan en aquello que le es realmente relevante para planificar su viaje al destino. En este sentido, las agencias de viaje online (OTA por sus siglas en inglés – *Online Travel Agency*) cobran especial protagonismo al ser el principal punto de referencia de los potenciales viajeros y estos se ven atraídos en la medida en la que es más clara la información acerca del destino.

Es importante destacar que los portales de viajes o las agencias de viajes online, deben ser consideradas para la promoción del destino Cartagena de Indias ya que brindan un mayor alcance y visibilidad del destino al ser portales consultados por millones de viajeros interesados en conocer la oferta turística de un destino. Asimismo, la ventaja de alcanzar públicos internacionales de manera fácil y efectiva, segmentándolos de acuerdo con las necesidades puntuales del destino.

Por último, Las agencias de viajes online son un medio eficaz para el marketing de destinos debido a su capacidad para utilizar datos detallados de comportamiento del usuario y preferencias de búsqueda. A través de análisis avanzados, pueden segmentar audiencias específicas y personalizar las ofertas de destinos, atracciones y paquetes de viaje según las tendencias actuales de demanda. Esto no solo maximiza la relevancia de las campañas promocionales, sino que también optimiza la distribución del presupuesto de marketing al dirigirse a los clientes potenciales más propensos a convertirse en viajeros reales, aumentando así la eficacia del marketing del destino a escala global.

A continuación, se detallan las características técnicas del servicio requerido por la **CORPORACIÓN TURISMO CARTAGENA DE INDIAS** dentro del proceso que se adelanta:

- Promoción de Cartagena de Indias en banners con anuncios, evidenciando posiciones dentro del sitio web de la OTA que impactan directamente en la audiencia, pensados estratégicamente para elevar la visibilidad del destino con el fin de generar impresiones, es decir, la cantidad de veces que el contenido es mostrado en la pantalla de los usuarios.
- Impulsar la promoción del destino a través de la experiencia de contenido dentro del portal web y orientado al cliente final.
- Promoción del destino a través de videos dentro del portal con el fin de posicionar el destino.
- Publicidad nativa con el fin de llegar a los compradores de viajes de forma orgánica donde quiera que se encuentren en su viaje de compras.
- Display Advertising: Anuncios que atraen a los viajeros sin importar en qué punto de su proceso de compra se encuentren. Incluir opciones de formatos disponibles (Display, Native, Video, Microsite, Ads InApp, Audience Extension, Retargeting, etc.), así como las audiencias objetivo alcanzables por cada uno. (De acuerdo con lo que le aplique)
- Realizar el seguimiento y optimización de la campaña desde el inicio hasta su finalización.
- En caso de que se incluya producción de materiales o apoyo creativo, por favor especificar tiempos de producción, entrega y requerimientos técnicos.
- Entregar métricas y estadísticas detalladas de la campaña: incluir información y herramientas de medición de resultados durante y posterior a la campaña, que permitan evaluar de forma detallada el impacto en la intención de viaje hacia el destino, tráfico generado, conversión y otros indicadores de valor agregado.

  Indicadores mínimos requeridos para reporte de resultados:
  - Impresiones totales generadas por formato y canal.
  - Clics totales y CTR (Click Through Rate) por formato y canal.
  - Alcance geográfico (mercados impactados: país, ciudad o región).

- Audiencia alcanzada (segmentación demográfica, intereses, mercados de origen).
- Visualizaciones de video (en caso de formatos con contenido audiovisual).
- Interacciones totales (likes, shares, comentarios, engagement rate, si aplica).
- Tráfico redirigido a sitios de reserva, micrositio o página destino.
- Tasa de conversión estimada (cuando se disponga de data).
- Coste por clic (CPC) y coste por mil impresiones (CPM), cuando aplique.
- Análisis comparativo frente a benchmarks del mercado o campañas anteriores.
- Insights de comportamiento del usuario (permanencia, rebote, rutas de navegación).
- Recomendaciones y aprendizajes clave para optimización futura.

Anotaciones:

- Se solicita que, en su propuesta, tenga en cuenta:
  - Las tasas y/o estampillas de orden Distrital que corresponden a estampilla pro-deporte: 2,5% cuyo valor debe venir discriminado en la propuesta, y no global.
  - Las tasas y/o estampillas de orden Distrital que corresponde a estampilla para la justicia familiar: 2,0% cuyo valor debe venir discriminado en la propuesta, y no global.
- Especificar valores antes de IVA y valor total con IVA incluido.
- Indicar forma de pago.

Agradecemos enviar la cotización, a las instalaciones de la Corporación Turismo Cartagena de Indias, o al correo electrónico: lrojas@cartagenadeindias.travel con copia a hgonzalez@cartagenadeindias.travel y mdelahoz@cartagenadeindias.travel a más tardar el 08 de julio de 2025.

Presentar propuesta económica teniendo en cuenta el cuadro anexo (documento Excel).

El presente documento no proporciona ninguna garantía implícita o expresa. La información contenida en el presente documento es meramente una cotización y no implica aceptación de la propuesta presentada.

Cordialmente,

HÉCTOR GONZÁLEZ TORRES
Coordinador de Promoción y Mercadeo


DESPEGAR
PROPUESTA MEDIA
decolar
despegar
BestDay
BDExperience
viajesFalabella
viajanet
HotelDO
Koin
stays

QUIÉNES SOMOS

DESPEGAR
es la agencia de viajes online
líder en América Latina

SOMOS DESPEGAR

PRESENCIA EN **+20** PAÍSES DE LATINOAMÉRICA

VARIEDAD EN VUELOS

40% del tráfico aéreo Proviene de Despegar

ALCANCE

+1.7M
visitantes únicos por día

+29M
DE CLIENTES

95% de los viajeros de Latam buscan servicios en Despegar en lugar de Google

Nos caracterizamos por ser un democratizador del turismo: Nuestro objetivo es acercar a los latinoamericanos a las mejores opciones de viaje.

NUESTRA MISIÓN:

SER LA EMPRESA DE TRAVEL NÚMERO 1 DE LATAM

Parte del camino hacia nuestra misión es la complementación mediante la adquisición de marcas estratégicas

2019

viajes Falabella

Fortaleza en **paquetes** siendo el **65%** de sus productos

Asesoría experta personalizada

Omnicanalidad

2020

HotelDO

Principal plataforma de reservas online para el **mercado B2B** en Latinoamérica

Ofrece **tecnología de punta y condiciones diferenciadas**

BestDay

Mayor compañía de viajes en México

Fortaleza en **Hoteles y destinos Playeros**

Consolidamos el liderazgo en el país y la región

Koin

Plataforma de pago online en Brasil

Nuevas capacidades y soluciones innovadoras para nuestros clientes

2022

stays

Empresa **líder en gestión de alquileres** en Brasil

Potencia nuestra propuesta de valor en alquiler vacacional

viajanet

Agencia de viaje online principal en Brasil

Fortaleza en la **operación de vuelos en Brasil**

UN PROGRAMA SÓLIDO

Un éxito apoyado en
dos pilares de Marketing:
comunicación y tecnología

Nuestra solución

01.

PRESENCIA

Presencia destacada para que puedas aprovechar las mejores oportunidades del mercado con la audiencia más relevante de todo latinoamérica

02.

IMPACTO

Comunicando tus ventajas competitivas que te diferencian del resto en el momento y lugar indicado

03.

DIFUSIÓN

Mostramos tu propuesta de valor por fuera de nuestro sitio



Más y más beneficios

04.

PAQUETES

Planificamos paquetes de comunicación regional con 100% de bonificación en la producción integral de materiales

05.

COBERTURA

Altísima cobertura regional en el mercado de turismo con un excelente complemento tácito para la estrategia de comunicación

06.

PROMOCIÓN

Doble impacto de promoción y oferta tácita específica.
Alta performance en la implementación de campañas 100% auditadas





Tenemos mejores negociaciones con los medios que el promedio de los anunciantes de América Latina



Nuestros partners usan nuestras negociaciones y tarifas en la negociación de publicidad y precios de medios

Medios


EMAIL MKT
AEROPUERTOS
SITE Y PUSH MOBILE
HOME PAGE
RADIO
SEARCH RESULTS
TV NAL / SATELITAL
LANDING PAGES
EXPERIENCE /SHARE SITES /BLOGS
DESPEGAR

¿CÓMO LO HACEMOS?

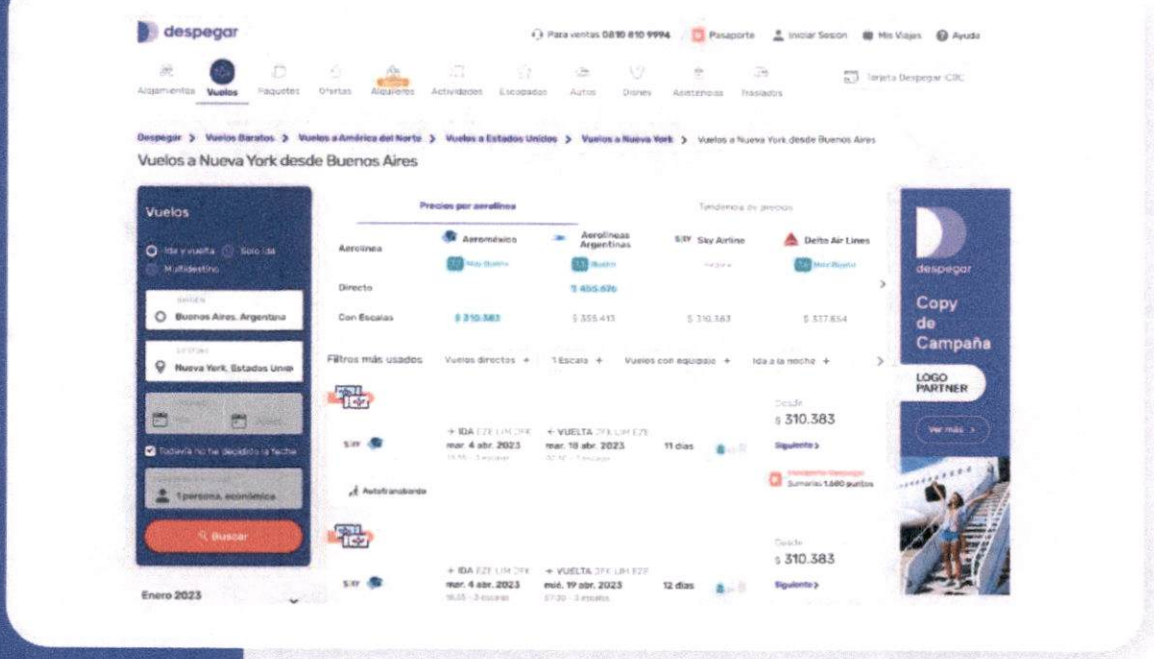
A través de qué medios logramos aumentar las ventas potenciales

GRUPO DESPEGAR

Banners en nuestro resultado de búsqueda

Posiciones dentro del sitio que impactan directamente en la audiencia segmentada que se busca

Pensados estratégicamente para elevar la visibilidad de la marca

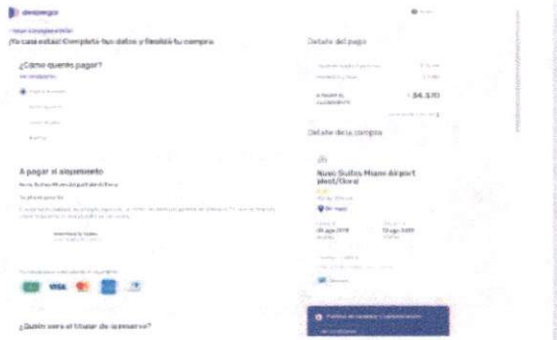


Remarketing Display: Google + Facebook Ads

Remarketing es la táctica de volver a llegar a los usuarios que presentaron interés en el producto hoteles, transformando ésta misma en una venta.

USUARIO

AUDIENCIA

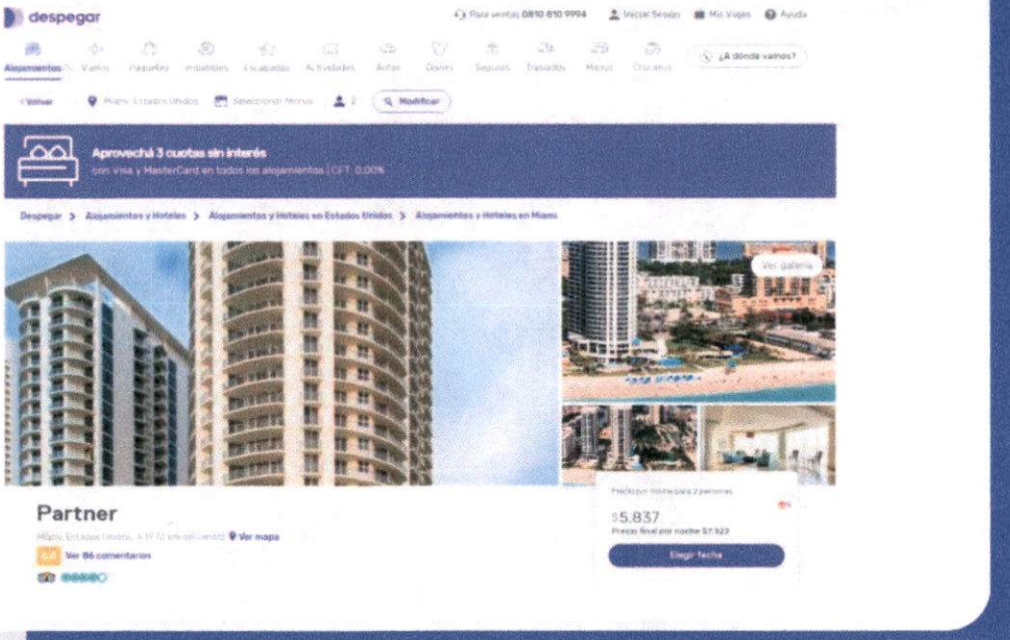






Direccionamos al usuario al producto final,

Con el fin de mejorar la experiencia y elevar la interacción con la marca



NUESTRA PROPUESTA

Proponemos participar en
nuestra comunicación pagando
proporcionalmente según la exposición

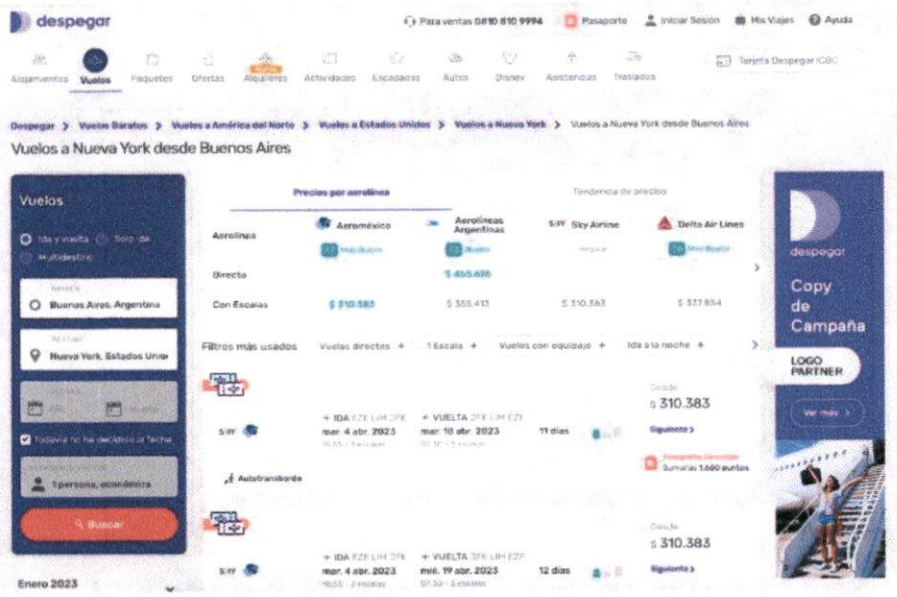
DESPEGAR

Banner
In Site

Posiciones dentro del sitio que impactan directamente en la audiencia

Pensados estratégicamente para elevar la visibilidad de la marca.

Tipo de compra: CPM

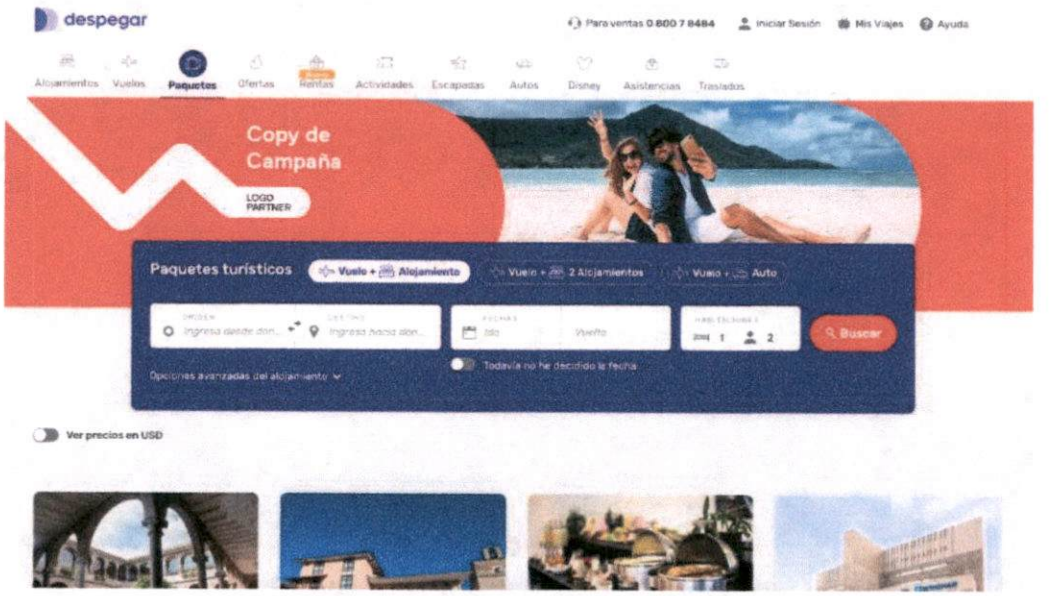


Landing Page

Header customizable con imagen y logo de la marca. Las ofertas son dinámicas de acuerdo al producto

Tipo de compra: Sponsor

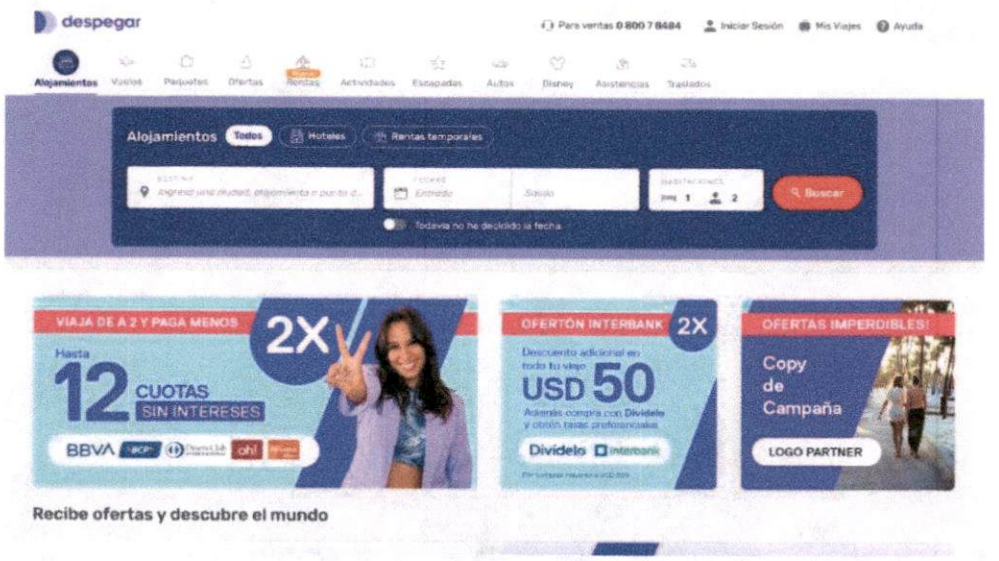
.



Banner Home

Banner principal de la semana. Utilizado en campañas tácticas con CTA.

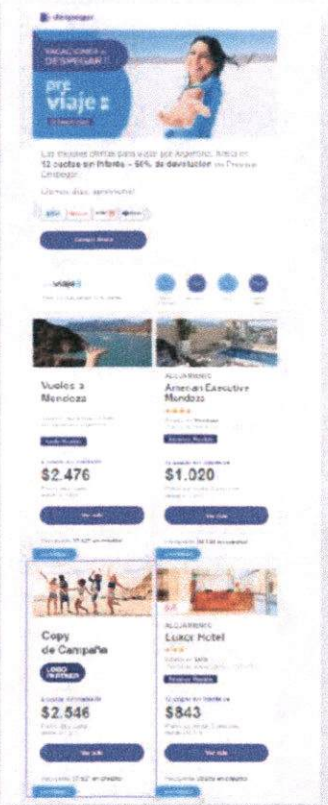
Tipo de compra: Sponsor semanal

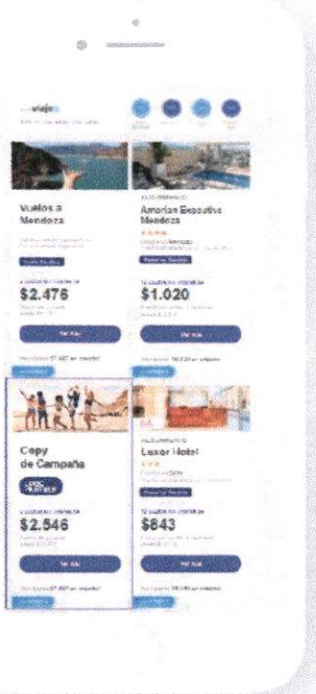


Mailing Offer

Envíos masivos o segmentados con ofertas (buscadores o compradores de un producto/destino, internacional o doméstico)

Tipo de compra: Envío



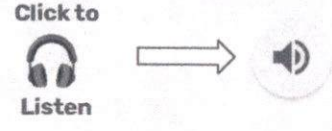


IVR

Configuración de audios comerciales en el call center para los usuarios que seleccionan la opción de ventas, previo a la selección del producto en el que están interesados.

Los audios son creados por IA.

Tipo de compra: Quincenal.





Pantallas en Tiendas

Se proyecta en las pantallas internas un video sin sonido rotativo de 60 segundos provisto por el partner o desarrollado con las piezas de la campaña vigente

Tipo de compra: mensual.





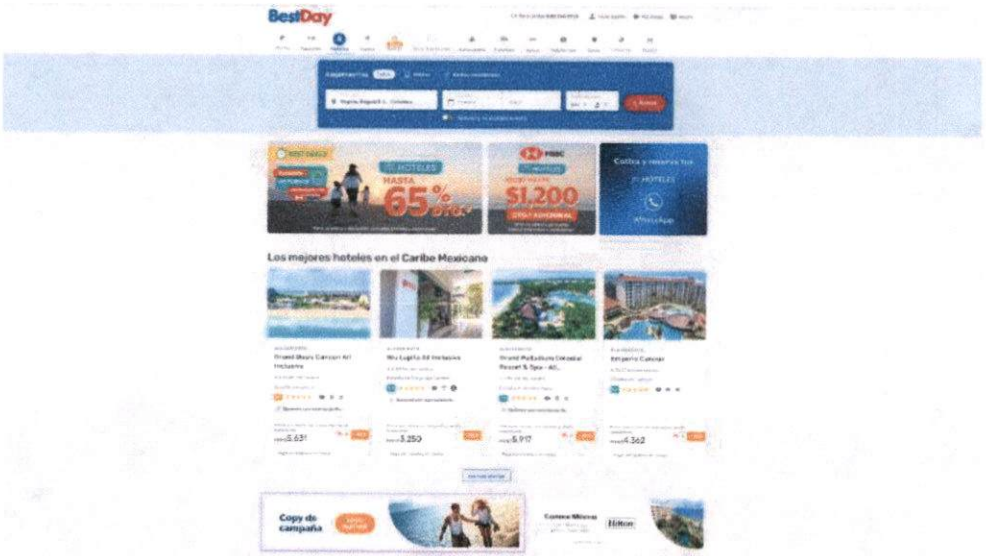
BEST DAY

Banner
In Site

Posiciones dentro del sitio que impactan directamente en la audiencia

Pensados estratégicamente para elevar la visibilidad de la marca.

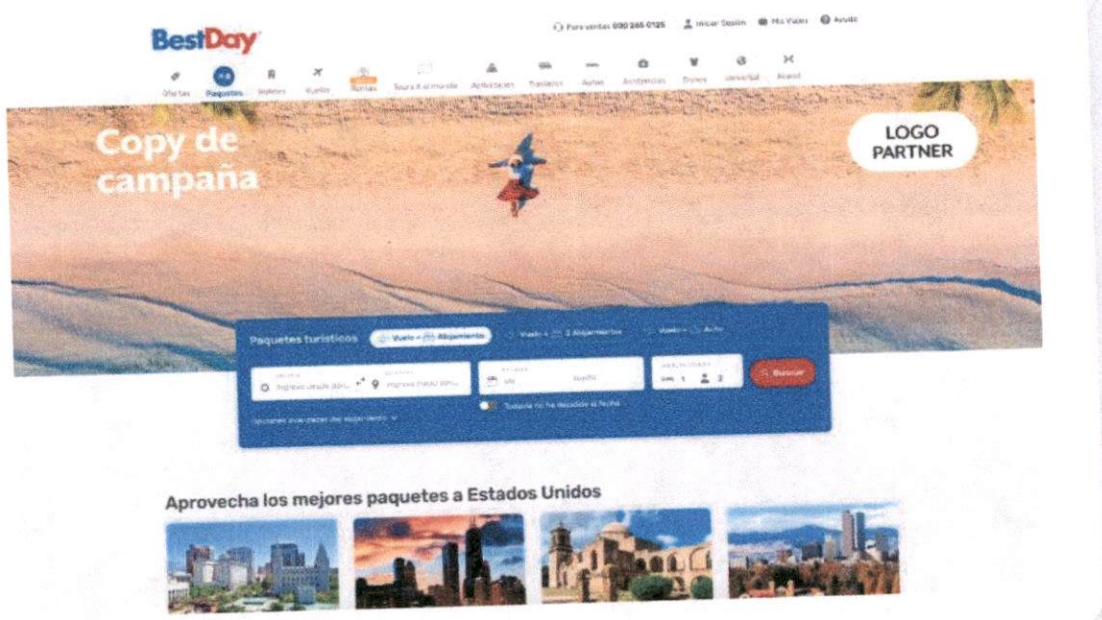
Tipo de compra: CPM



Landing Page

Header customizable con imagen y logo de la marca. Las ofertas son dinámicas de acuerdo al producto.

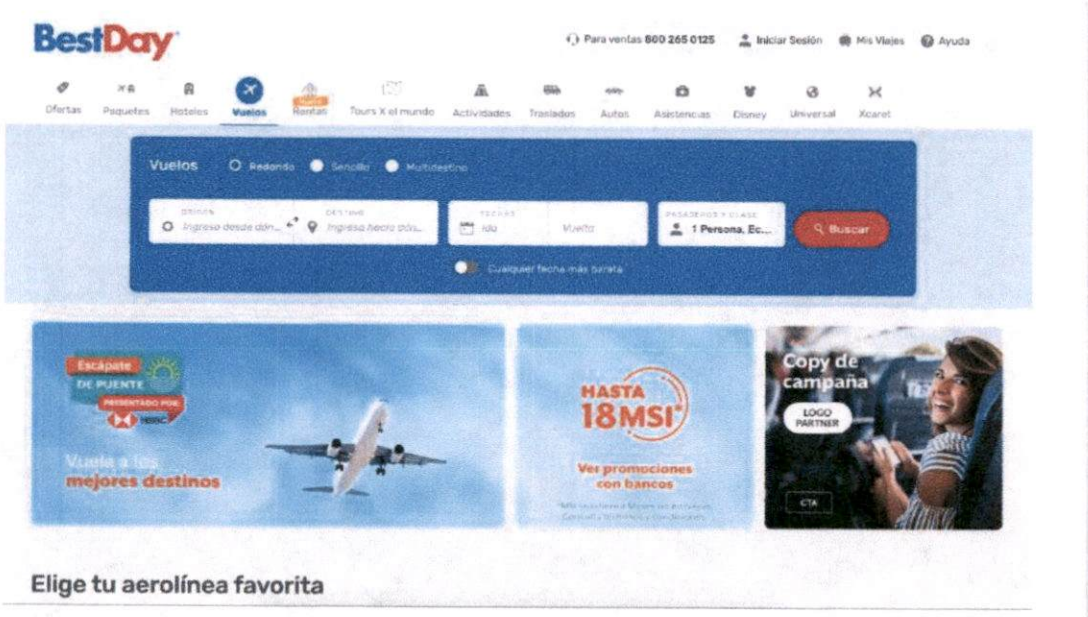
Tipo de compra: Sponsor



Banner Home

Banner principal de la semana. Utilizado en campañas tácticas con CTA.

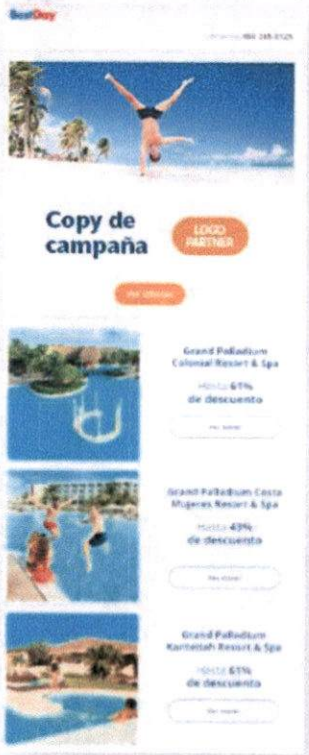
Tipo de compra: Sponsor semanal



Mailing Exclusivo

Se realizan envíos 100% de la marca masivos o segmentados (buscadores o compradores de un producto/destino, internacional o doméstico)

Tipo de compra: envío

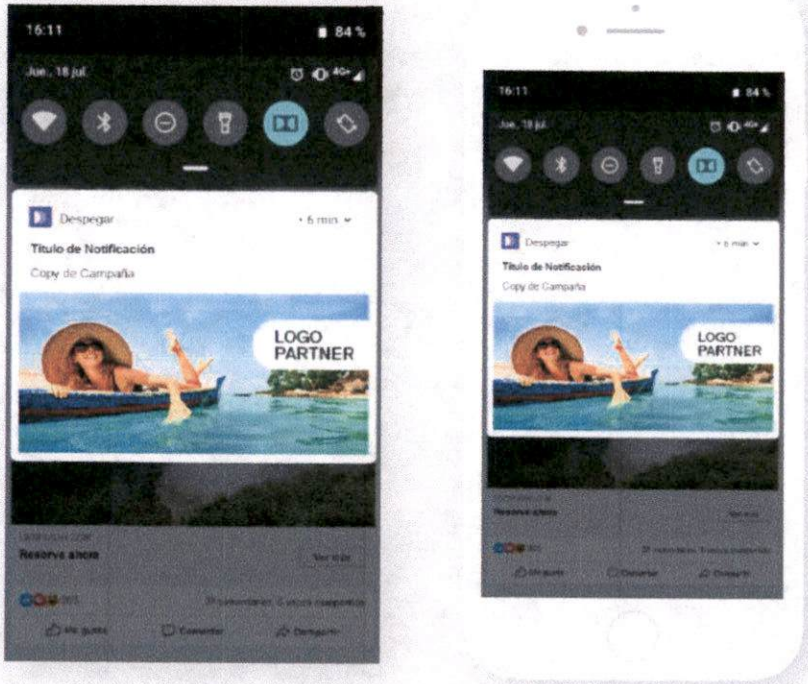




Push Notification App

Envio masivo o segmentado (buscadores o compradores de un producto/destino, internacional o doméstico)
Utilizado en campañas tácticas con CTA

Tipo de compra: Envío



Pantallas en Islas

Se suman las piezas de la campaña aprobadas por el partner al video que se muestra en las islas.

Tipo de compra: mensual



GRUPO DESPEGAR

VIAJES FALABELLA

GRUPO DESPEGAR

PROPUESTA 1)

PLAN MKT

Inversión: COP 141.750.000

(35.000USD x COP4.050)

100% Cooperado

Inversión total: COP 283.500.000

(USD70.000 x COP 4.050)

Período: Octubre a Dic| 2025

PRODUCTO | DESPEGAR	DETALLE	BRASIL
Despegar InSite Ads - Search	Impresiones	350.000
Landing Page	Header	1
Banner Home	Sponsor	1
Mailing AT	Envío	1
IVR	Semanal	1
Video en pdv	Mensual	1
PRODUCTO | DESPEGAR	**DETALLE**	**COLOMBIA**
Acciones D! CO	Pauta (acciones en medios propios y externos, TV, radio, palancas de revenue, videos tiendas CO y merch	2

1. producción de materiales bonificada

2. implementación inmediata con máximo nivel de auditoría

3. solución llave en mano (nos ocupamos de todo nosotros)

4. seguimiento y optimización de la campaña de inicio a fin

*Los valores expresados en dólares son a tipo de cambio oficial

PRODUCTO | BEST DAY	DETALLE	MÉXICO
Banner InSite Ads - Search	Impresiones	350.000
Landing Page	Header	1
Banner Home	Sponsor	1
Mailing AT Exclusivo	Envío	1
Pack Canales Remotos	IVR y Whatsapp	1
Push Notification	Envío	2
Video en pdv	Mensual	2

1.
producción de materiales bonificada

2.
implementación inmediata con máximo nivel de auditoría

3.
solución llave en mano (nos ocupamos de todo nosotros)

4.
seguimiento y optimización de la campaña de inicio a fin

*Los valores expresados en dólares son a tipo de cambio oficial

¡GRACIAS!

decolar despegar BestDay BDExperience viajesFalabella viajanet HotelDO Koin stays

15 DE OCTUBRE DE 2025

ESTUDIOS PREVIOS PARA AUNAR ESFUERZOS ENTRE LA CORPORACIÓN TURISMO CARTAGENA DE INDIAS Y LA AGENCIA DE VIAJES ONLINE DESPEGAR, PARA LA PROMOCIÓN DE CARTAGENA DE INDIAS COMO DESTINO TURÍSTICO, EN LOS MERCADOS ESTRATÉGICOS DE COLOMBIA, MÉXICO Y BRASIL, MEDIANTE LA EJECUCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE PAUTA PUBLICITARIA DIGITAL

1. DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD QUE SE PRETENDE SATISFACER

La **CORPORACIÓN TURISMO CARTAGENA DE INDIAS** es una entidad descentralizada indirecta, del Distrito de Cartagena de Indias, sin ánimo de lucro, cuyo objetivo es la articulación, planeación y ejecución de las acciones necesarias que promuevan la promoción nacional e internacional de la oferta turística de la ciudad, generando valor sostenible en lo social, económico, ambiental y cultural del destino.

Cartagena es un territorio diverso donde confluyen el turismo, la industria, los puertos y la logística, los astilleros, el comercio, la construcción y la cultura popular, estas características la convierten en el destino turístico preferido en Colombia y en uno de los referentes más importantes de la región Caribe; sin embargo, la alta competencia entre destinos nacionales e internacionales exige la implementación de estrategias de promoción que aprovechen canales de amplia cobertura y garanticen la llegada a públicos objetivos con alto potencial de conversión en viajes efectivos.

En cumplimiento de su misión, **CORPOTURISMO** busca unir esfuerzos con los sectores público y privado, fortaleciendo la gestión del destino a través de estrategias de promoción y conectividad que permitan consolidar un turismo responsable y sostenible; de igual manera, resulta prioritario promover el conocimiento del destino, sus atractivos turísticos y las diversas experiencias que ofrece, tanto en el mercado doméstico como en los principales mercados internacionales emisores de viajeros hacia Cartagena.

En coherencia con su plan estratégico, la Corporación ha avanzado en acciones de mercadeo en medios propios como su página web, redes sociales y plataformas digitales, así como en la participación en ferias, misiones y workshops; no obstante, para garantizar un mayor impacto en la atracción de turistas internacionales y nacionales, es indispensable establecer alianzas con actores estratégicos del sector privado que cuenten con plataformas masivas de comercialización turística.

En este contexto, el marketing digital se ha consolidado como la herramienta más efectiva para atraer viajeros, permitiendo segmentar audiencias, medir impactos en tiempo real y optimizar recursos. Hoy en día, los viajeros buscan información clara y confiable sobre el destino que desean visitar, y en ese proceso, las agencias de viajes online (OTA) se han posicionado como los principales puntos de referencia para planificar viajes. Estos portales no solo concentran la consulta de millones de usuarios, sino que ofrecen herramientas tecnológicas de análisis de datos y segmentación avanzada que permiten personalizar la promoción del destino, incrementando la probabilidad de conversión en visitas reales.

Así también, y en línea con la promoción nacional e internacional de Cartagena de Indias, se requiere fortalecer su presencia en mercados estratégicos que han mostrado un desempeño relevante y un potencial de crecimiento sostenido: **Colombia, México y Brasil.**

En el mercado nacional (Colombia), la promoción de Cartagena de Indias representa una prioridad estratégica para **CORPOTURISMO**, dado que el turismo doméstico constituye el principal pilar de sostenibilidad del destino, los viajeros colombianos no solo mantienen una alta frecuencia de viajes hacia la ciudad, sino que además aportan de manera continua al flujo turístico durante todo el año, equilibrando la estacionalidad propia de los mercados internacionales y contribuyendo significativamente al tejido económico local, especialmente en los sectores de alojamiento, gastronomía, transporte, comercio y actividades culturales.

De acuerdo con la información proporcionada por la Operadora Internacional Aeropuerto de Cartagena S.A.S. (OINAC), entre enero y junio de 2025 se registraron **1.830.469 llegadas nacionales de pasajeros por vía aérea**, lo que representa un incremento del **10 %** frente al mismo periodo del año anterior (1.400.095 pasajeros). Este crecimiento sostenido evidencia el posicionamiento de Cartagena como el principal destino turístico del país; **sin embargo, exige reforzar las estrategias de fidelización y promoción que estimulen la recompra y la diversificación de la experiencia turística, consolidando a la ciudad como el destino predilecto para los colombianos.**

Así mismo, cobra importancia en el mercado de México y Brasil, considerando que, según el Barómetro del Turismo Mundial de ONU Turismo de mayo de 2025, más de 300 millones de turistas realizaron viajes internacionales los tres primeros meses de 2025, aproximadamente 14 millones más que en los mismos meses de 2024. Esto representa un incremento del 5% en comparación con el año pasado y supera en un 3% los niveles alcanzados en 2019, el año anterior a la pandemia. El aumento de la conectividad aérea y la facilitación de los visados han sido los factores que han fomentado la recuperación de los viajes internacionales, y los datos muestran que, hasta la fecha, todas las regiones del mundo han registrado resultados positivos este año.

Las Américas registraron un total de 213 millones de llegadas internacionales en 2024, lo que representa una recuperación del 97 % respecto a los niveles prepandemia. Dentro de la región, tanto el Caribe como Centroamérica lograron superar las cifras de 2019, impulsados en gran medida por una sólida demanda de viajes salientes desde Estados Unidos. En comparación con 2023, la región mostró un crecimiento del 7 %. Entre los países que destacaron por su desempeño durante los primeros diez a doce meses del año se encuentran El Salvador, con un notable aumento del 81 % en las llegadas internacionales, seguido por Curazao con un 51 %, y **Colombia con un 37 %**. También registraron crecimientos significativos Guatemala (33 %), República Dominicana (32 %), Aruba (27 %), Panamá (17 %) y Chile (16 %), consolidando así una recuperación dinámica y diversa en distintos puntos del continente.

Top 15 mercados emisores hacia Colombia 2024-2025 (I Trimestre)

País	2024	2025	% Part 2025	% Var 2025
Estados Unidos	296.536	294.610	25,8%	-0,6%
México	80.050	79.458	7,0%	-0,7%
Ecuador	80.858	78.712	6,9%	-2,7%
Perú	49.489	72.015	6,3%	45,5%
Chile	60.463	66.526	5,8%	10,0%
Panamá	52.642	59.689	5,2%	13,4%
Brasil	41.933	48.836	4,3%	16,5%
Costa Rica	49.336	48.486	4,2%	-1,7%
España	37.734	40.548	3,6%	7,5%
Argentina	29.240	39.840	3,5%	36,3%
Canadá	34.913	36.223	3,2%	3,8%
República Dominicana	28.763	28.622	2,5%	-0,5%
Francia	26.354	28.540	2,5%	8,3%
Alemania	23.314	22.028	1,9%	-5,5%
Reino Unido	17.305	16.881	1,5%	-2,5%
Otros	154.578	179.954	15,8%	16,4%
Total	1.063.508	1.140.968	100,0%	7,3%

Así mismo, según datos de Migración Colombia, Durante el primer trimestre de 2025, **Colombia** recibió 1.140.968 turistas internacionales, con un crecimiento del 7,3% frente al mismo periodo de 2024, lo que representa una oportunidad para seguir fortaleciendo la promoción de Cartagena de Indias. Entre los mercados prioritarios destacan **México,** que con **79.458 viajeros** y un 7% de participación se consolida como el segundo emisor más importante pese a una ligera caída del -0,7%, lo que hace necesario redoblar esfuerzos para estimular la conectividad y generar mayor interés en experiencias de sol, playa y cultura. **Brasil** muestra un desempeño sobresaliente con un aumento del **16,5%** y **48.836 viajeros,** consolidándose como un mercado estratégico con alto potencial de crecimiento para Cartagena, especialmente por su cercanía y el atractivo de la ciudad para el turismo de ocio y eventos. Cartagena debe enfocar sus esfuerzos en consolidar a **México, Brasil** y el mercado nacional como pilares estratégicos en la región, al tiempo que aprovecha el impulso de los mercados sudamericanos en expansión y refuerza su posicionamiento en Norteamérica y Europa para atraer más turistas y diversificar su base emisora.

De allí la importancia de vincular a Cartagena de Indias con una plataforma de alcance global; en ese sentido y en el marco de esta estrategia, **la agencia de viajes online DESPEGAR** presentó a CORPOTURISMO una propuesta de cooperación para desarrollar una campaña digital dirigida a los **mercados estratégicos de Colombia, México y Brasil**, con el fin de fortalecer la visibilidad, el posicionamiento y la competitividad del destino.

Considerando que **DESPEGAR**, es la agencia de viajes online líder en Latinoamérica, ya que la compañía cuenta con más de 29 millones de clientes, más de 1.700.000 visitantes únicos diarios, presencia en 20 países de la región y una participación cercana al 40 % del tráfico aéreo en América Latina, así también, el 95 % de los viajeros latinoamericanos consultan primero Despegar antes que buscadores como Google, lo que la convierte en el canal digital más influyente para la promoción de destinos turísticos en la región.

Analizando lo anterior, se identificó a Despegar como socio estratégico idóneo para la ejecución de una campaña conjunta, en la que ambas partes concurren con aportes para alcanzar un **objetivo común de interés general: posicionar internacionalmente a Cartagena de Indias como destino turístico competitivo y sostenible.**

La relación entre las partes se plantea bajo un esquema ganar–ganar: **CORPOTURISMO** obtiene acceso al alcance masivo, la capacidad de segmentación de audiencias y la influencia comprobada de Despegar como primera opción de búsqueda de los viajeros latinoamericanos, lo que se traduce en mayor visibilidad y efectividad en la conversión turística; y **DESPEGAR**, a su vez, fortalece su reputación al convertirse en aliado del ente oficial de promoción del destino, genera más tráfico y aumenta la venta de vuelos, alojamientos, paquetes y experiencias vinculadas a Cartagena.

En consecuencia, la suscripción de un convenio de cooperación entre CORPOTURISMO y Despegar se configura como la alternativa pertinente y conveniente, en tanto optimiza recursos, amplifica el impacto en los mercados estratégicos y contribuye al fortalecimiento de Cartagena como destino turístico de talla mundial.

2. LA DESCRIPCIÓN DEL OBJETO A CONTRATAR.

La Corporación Turismo Cartagena de Indias, requiere **AUNAR ESFUERZOS ENTRE LA CORPORACIÓN TURISMO CARTAGENA DE INDIAS Y LA AGENCIA DE VIAJES ONLINE DESPEGAR, PARA LA PROMOCIÓN DE CARTAGENA DE INDIAS COMO DESTINO TURÍSTICO, EN LOS MERCADOS ESTRATÉGICOS DE COLOMBIA, MÉXICO Y BRASIL, MEDIANTE LA EJECUCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE PAUTA PUBLICITARIA DIGITAL**

El siguiente proceso contractual se encuentra clasificado bajo el siguiente CODIGO UNSPSC:

CÓDIGO	NOMBRE
82101600	Publicidad difundida

OBLIGACIONES DE LAS PARTES.

1. Cooperación mutua para el cumplimiento a satisfacción del objeto del convenio.
2. Establecer una relación adecuada de comunicación sobre el conocimiento de los eventuales conflictos o diferencias que se presenten y tengan relación con el objeto del convenio.
3. Disponer de los recursos a que se comprometen para el desarrollo satisfactorio del objeto del convenio.

OBLIGACIONES DE LA CORPORACIÓN:

1. Realizar el aporte económico correspondiente para la ejecución y administración de la pauta publicitaria digital orientada a la promoción de Cartagena de Indias como destino turístico en los mercados estratégicos de Colombia, México y Brasil que será ejecutada por la OTA Despegar.

2. Supervisar el adecuado desarrollo de las actividades, velando por la correcta asignación de recursos y la participación de las partes involucradas.
3. Pagar el valor pactado de la forma y en los términos previstos en el presente documento
4. Otorgar a Despegar una licencia de uso de su propiedad intelectual para efectos de la ejecución del presente convenio, donde la COPORACION declara y garantiza que es titular y/o licenciataria con facultades para sublicenciar toda la propiedad intelectual que se envíe a Despegar para ser incluida en las piezas publicitarias, landing page, banners, mailing, videos, etc. que sean publicadas y/o difundidas en los espacios publicitarios acordados.
5. Proveer los insumos necesarios para la campaña (como fotografías, videos y demás materiales audiovisuales).

OBLIGACIONES DE DESPEGAR:

1. Elaborar las piezas creativas conforme a las directrices y lineamientos de ambas marcas. Dichas piezas serán remitidas La CORPORACIÓN para su revisión y aprobación final, tras lo cual, una vez obtenida dicha aprobación, se procederá a su publicación y difusión.
2. Entregar informes de resultados con indicadores de alcance, efectividad, tráfico redirigido y comportamiento del usuario, de conformidad con los parámetros definidos para la campaña.
3. Ejecutar y administrar la pauta publicitaria digital para la promoción de Cartagena de Indias como destino turístico en los mercados estratégicos de Colombia, México y Brasil, cumpliendo con las siguientes especificaciones:

PRODUCTO | DESPEGAR	DETALLE	BRASIL
Despegar InSite Ads - Search	Impresiones	350.000
Landing Page	Header	1
Banner Home	Sponsor	1
Mailing AT	Envío	1
IVR	Semanal	1
Video en pdv	Mensual	1
PRODUCTO | DESPEGAR	**DETALLE**	**COLOMBIA**
Acciones D! CO	Pauta (Acciones en medios propios y externos, TV, radio, Palancas de revenue, videos tiendas CO y merch)	2
PRODUCTO | BEST DAY	**DETALLE**	**MÉXICO**
Banner InSite Ads - Search	Impresiones	350.000
Landing Page	Header	1
Banner Home	Sponsor	1
Mailing AT Exclusivo	Envío	1
Pack Canales Remotos	IVR y Whatsapp	1
Push Notification	Envío	2
Video en pdv	Mensual	2

Definiciones:
Banner In Site: Anuncio tipo banner en el sitio web en posiciones que impactan directamente a la audiencia.
***Landing Page*:** *Header* o cabecera personalizada con la imagen y el logo de la marca.
Banner Home: Imagen o aviso publicitario que aparece en la página principal de Despegar para dar visibilidad a una campaña o promoción.
IVR (Respuesta de Voz Interactiva): Sistema telefónico automatizado que guía a los usuarios a través de opciones de voz o teclado para recibir información o ser direccionados.
Push Notification: Mensaje breve que llega directamente al celular del usuario a través de la app de Despegar, incluso si no la está usando en ese momento.
***Mailing Offer*:** Envíos masivos o segmentados con oferta.
Video en Punto de Venta: proyección de video de hasta 60 segundos en formato mp4 sin sonido, el cual será provisto por la Corporación Turismo Cartagena de Indias.
Impresiones: la cantidad de veces que aparecerá el contenido en los medios contratados.

La pauta publicitaria se ejecutará en los tiempos definidos en la propuesta.

Entregable de informe detallado con los siguientes indicadores:

- Impresiones totales generadas por formato y canal.
- Clics totales y CTR (Click Through Rate) por formato y canal.
- Alcance geográfico (mercados impactados: país, ciudad o región).
- Audiencia alcanzada (segmentación demográfica, mercados de origen).
- Top de hoteles vendidos
- Top de búsquedas en el destino

3. EL VALOR ESTIMADO DEL CONVENIO

Para estimar el valor del convenio se enviaron invitaciones a cotizar a Kayak y a Despegar, que son las agencias de viajes online (OTAS) que tienen mayor alcance en los mercados de Colombia, México y Brasil.

Solo se recibió cotización por parte de Despegar, por lo que al solo tener una cotización se procedió a verificar con los valores históricos de acuerdo con los procesos contractuales adelantados por la Corporación en años anteriores, encontrando lo siguiente:

HISTORICO
Año: 2024
Contratista: DESPEGAR S.A.S.
Objeto: PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE PAUTA PUBLICITARIA Y ADMINISTRACIÓN DE LA MISMA PARA LA PROMOCIÓN DE CARTAGENA DE INDIAS A TRAVÉS DE AGENCIA DE VIAJE ONLINE (OTA)
Mercado Objetivo: Colombia, México y Brasil
Valor del Contrato: $238.000.000 IVA incluido y todos impuestos, estampillas y/o retenciones que apliquen

Se realizó adicionalmente una verificación de los alcances de ambos contratos, encontrando que los mismos corresponden y son comparables entre sí.

	VALOR	APORTE CORPORACIÓN	APORTE DESPEGAR
Valor Contrato Despegar 2024	$238.000.000	$238.000.000	$0
Valor Convenio Despegar 2025	$283.500.000	$141.750.000	$141.750.000
Aumento en Valor Absoluto	$45.500.000		
% de Aumento	19%		

Nota: El contrato suscrito en el 2024 no se incluyó ningún aporte por parte de con Despegar, por lo que la Corporación pago el valor total del contrato correspondiente a $238.000.000.

A continuación, se detalla la cotización enviada por DESPEGAR S.A.S.

PRODUCTO | DESPEGAR	DETALLE	BRASIL
Despegar InSite Ads - Search	Impresiones	350.000
Landing Page	Header	1
Banner Home	Sponsor	1
Mailing AT	Envío	1
IVR	Semanal	1
Video en pdv	Mensual	1
PRODUCTO | DESPEGAR	**DETALLE**	**COLOMBIA**
Acciones D! CO	Pauta (Acciones en medios propios y externos, TV, radio, Palancas de revenue, videos tiendas CO y merch)	2
PRODUCTO | BEST DAY	**DETALLE**	**MÉXICO**
Banner InSite Ads - Search	Impresiones	350.000
Landing Page	Header	1
Banner Home	Sponsor	1
Mailing AT Exclusivo	Envío	1
Pack Canales Remotos	IVR y Whatsapp	1
Push Notification	Envío	2
Video en pdv	Mensual	2
VALOR TOTAL		**$283.500.000**
Aporte Corporación Turismo Cartagena de Indias		**$141.750.000**
Aporte DESPEGAR S.A.S.		**$141.750.000**

Despegar en su propuesta económica indica que ofrece una cofinanciación correspondiente al 50% del valor del convenio, es decir, **CIENTO CUARENTA Y UN MILLONES SETECIENTOS CINCUENTA MIL PESOS M/CTE.**

De acuerdo con lo anterior, el valor del aporte de la Corporación Turismo Cartagena de Indias para el presente convenio corresponde a la suma de **CIENTO CUARENTA Y UN MILLONES SETECIENTOS CINCUENTA MIL PESOS M/CTE.**

Se estima como valor del convenio la suma **DOSCIENTOS OCHENTA Y TRES MILLONES QUINIENTOS MIL PESOS M/CTE ($283.500.000), IVA incluido y todos los impuestos, estampillas y/o retenciones que apliquen.**

4. *FORMA DE PAGO*

El valor del presente Convenio de Asociación es de **DOSCIENTOS OCHENTA Y TRES MILLONES QUINIENTOS MIL PESOS M/CTE ($283.500.000.000 COP) IVA incluido y todos los impuestos, estampillas y/o retenciones que apliquen**.

El cincuenta por ciento (50%) del valor del convenio aportado por la Corporación es decir **CIENTO CUARENTA Y UN MILLONES SETECIENTOS CINCUENTA MIL PESOS M/CTE ($141.750.000.000)** será pagado una vez se cumpla con el 100% de la estrategia objeto del presente convenio, previa entrega del informe de actividades y recibido el informe de supervisión avalado por el supervisor del presente convenio. Este informe debe incluir todas las métricas y evidencias relacionadas con la campaña, lo que permitirá evaluar su impacto de manera precisa. Lo anterior, de conformidad con la propuesta, la cual forma parte integral del presente convenio.

La Corporación Turismo Cartagena de Indias pagará el valor del convenio en un solo pago a la finalización de la ejecución de la pauta, previa entrega del informe final consolidado de la pauta, y recibido el informe de supervisión avalado por el supervisor del presente convenio.

La Corporación de Turismo Cartagena de Indias dispone de treinta (30) días calendario para cancelar al COOPERANTE el valor de los servicios objeto de la presente invitación, una vez presentado el informe de ejecución avalado por parte del supervisor del cumplimiento de las obligaciones establecidas en la relación jurídico-contractual.

Para efectos de pago, la factura presentada por el cooperante debe cumplir, con los requisitos establecidos en el artículo 617 del Estatuto Tributario. La fecha de la factura debe corresponder al mes de su elaboración, y en ella constará el concepto del bien o servicio que se está cobrando, el ítem correspondiente, la dependencia responsable y el nombre del supervisor por parte de la CTCI.

Asimismo, EL COOPERANTE deberá informar a la CTCI la cuenta bancaria (corriente o de ahorros), abierta a su nombre, en la cual le serán consignados o transferidos electrónicamente, los pagos que por este concepto le efectúe la CTCI.

5. PLAZO

El plazo para la ejecución del convenio será hasta el 31 de diciembre de 2025, contado a partir de la fecha de perfeccionamiento del mismo, previo al cumplimiento de los requisitos exigidos para tal fin.

6. FUNDAMENTOS JURÍDICOS QUE SOPORTAN LA MODALIDAD DE CONTRATACIÓN

Conviene reiterar que el régimen aplicable a dichos procesos contractuales es el de derecho privado, por lo que las normas y los procesos en cuestión no se rigen en principio por el Estatuto Contractual del Estado sino por las normas pertinentes contempladas en el Código de Comercio y el civil y es que rigen entre particulares, pero con el cumplimiento de los principios de la función administrativa es decir la **contratación directa.**

En este caso, siguiendo con los principios de economía, eficacia, eficiencia y celeridad, que son estructurales de la contratación en Colombia, y lo estipulado en el Manual de Contratación de la Corporación de Turismo Cartagena en su Artículo 20 - Causales de Contratación Directa, establece lo siguiente:

c. *La celebración de Convenios de Asociación con particulares que requiera la Corporación Turismo Cartagena de Indias para el desarrollo de sus planes, eventos, programas y proyectos.*

7. ESTIMACIÓN, TIPIFICACIÓN Y ASIGNACIÓN DE LOS RIESGOS PREVISIBLES QUE PUEDAN AFECTAR EL EQUILIBRIO ECONÓMICO DEL CONVENIO

RIESGOS CONTRACTUALES.
Deben tipificarse los riesgos que puedan presentarse en la ejecución del convenio, con el fin de cuantificar la posible afectación de la ecuación financiera del mismo.
DEFINICIONES

Para los efectos del presente proceso de selección, se entenderán las siguientes categorías de riesgo:
Riesgo Previsible: Son los posibles hechos o circunstancias que por la naturaleza del convenio y de la actividad a ejecutar es factible su ocurrencia.

Riesgo Imprevisible: Son aquellos hechos o circunstancias donde no es factible su previsión, es decir el acontecimiento de su ocurrencia, tales como desastres naturales, actos terroristas, guerra o eventos que alteren el orden público.

Tipificación del Riesgo: Es la enunciación que se hace de aquellos hechos previsibles constitutivos de riesgo que, en criterio del Distrito, pueden presentarse durante y con ocasión de la ejecución del convenio.

Asignación del Riesgo: Es el señalamiento que hace la Entidad, de la parte contractual que deberá soportar total o parcialmente la ocurrencia de la circunstancia tipificada, asumiendo su costo.

Para efectos de este proceso de selección se entenderán las siguientes categorías de riesgo:

1. RIESGOS PREVISIBLES: Son los posibles hechos o circunstancias que por la naturaleza del convenio y de la actividad a ejecutar es factible su ocurrencia, así:

a) Variación de precios.
b) Cambios normativos o de legislación tributaria
c) Empresarial
d) Accidente Laboral
e) Calidad del servicio prestado

RIESGOS IMPREVISIBLES: Son aquellos hechos o circunstancias donde no es factible su previsión, es decir el acontecimiento de su ocurrencia, tales como desastres naturales, actos terroristas, guerra o eventos que alteren el orden público.

8. SUPERVISIÓN E INTERVENTORÍA

La Corporación verificará el cumplimiento del convenio por medio de un Supervisor quien representará y actuará como intermediario entre ésta y EL COOPERANTE. Por su conducto se tramitarán las solicitudes relativas a la prestación de los servicios y a la ejecución del convenio.

JAIRO AGUILERA SOTO
Director de Promoción y Mercadeo

Proyectó: Coord. de promoción – D. De La Hoz
Revisó: Asesor de Presidencia (Rev. Presupuesto) – C. Álvarez
Revisó: Asesor de Adquisición de B y S – L. Valecillos
Revisó: Coord. Adm y Fin. – A. Guevara
Revisó: Dir. Planeación – E. Barrera
Aprobó: Presidente Ejecutiva – L. Rodríguez

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN, VALORACIÓN Y ASIGNACIÓN DE RIESGO

Denominación del bien o servicio	AUNAR ESFUERZOS ENTRE LA CORPORACIÓN TURISMO CARTAGENA DE INDIAS Y LA AGENCIA DE VIAJES ONLINE DESPEGAR, PARA LA PROMOCIÓN DE CARTAGENA DE INDIAS COMO DESTINO TURÍSTICO, EN LOS MERCADOS ESTRATÉGICOS DE COLOMBIA, MÉXICO Y BRASIL, MEDIANTE LA EJECUCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE PAUTA PUBLICITARIA DIGITAL	VERSION N°	2
		Fecha	02/01/2025
Elaborado de conformidad con la metodología propuesta por la Agencia Nacional para la Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente, detallada en el "Manual para la Identificación y Cobertura del Riesgo en los Proceso de Contratación", fuente: https://www.colombiacompra.gov.co/manuales-guias-y-pliegos-tipo/manuales-y-guias.			

No.	Clase	Fuente	Etapa	Tipo	Descripción (Qué puede pasar y, cómo puede ocurrir)	Consecuencia de la ocurrencia del evento	Probabilidad	Impacto	Valoración del riesgo	Categoría	¿A quién se le asigna?	Tratamiento/Controles a ser implementados	Impacto después del tratamiento				¿Afecta la ejecución del contrato?	Responsable por implementar el tratamiento	A partir de cuándo se inicia el tratamiento	Cuando se completa el tratamiento	Monitoreo y revisión	
													Probabilidad	Impacto	Valoración del riesgo	Categoría					¿Cómo se realiza el monitoreo?	Periodicidad
1	General	Interno	Planeación	Riesgos Operacionales	Que la modalidad de selección no sea adecuada para los servicios que requiere la Corporación	Que el oferente seleccionado no satisfaga cabalmente las expectativas y necesidades de la Corporación	1	4	5	Medio	Entidad	Revisión de la necesidad y Modalidad de selección en la elaboración de estudios previos por parte de la Corporación	1	1	2	Bajo	Si	Corporación Turismo Cartagena de Indias	Al construir la necesidad	Antes de elaboración estudios previos	Revisión de las etapas precontractuales	Cronograma de Contratación
2	General	Interno	Planeación	Riesgos Operacionales	Que el proceso de contratación no sea coherente con la misión, objetivos y metas de la Entidad	Que la contratación exceda la competencia y/o la misión de la Corporación	1	4	5	Medio	Entidad	Revisión de la necesidad y Modalidad de selección en la elaboración de estudios previos	1	1	2	Bajo	No	Corporación Turismo Cartagena de Indias	Al construir la necesidad	Antes de elaboración estudios previos	Monitoreo de las etapas precontractuales	Cronograma de Contratación
3	Específico	Externo	Planeación	Riesgos Operacionales	La incorrecta especificación técnica de la descripción del servicio	Que los servicios contratados no correspondan con las necesidades de la Corporación	3	4	7	Medio	Entidad	Especificar la descripción técnica del servicio antes de realizar el estudio para minimizar el riesgo	1	1	2	Bajo	Si	Corporación Turismo Cartagena de Indias	Al construir la necesidad	Antes de elaboración estudios previos	Monitoreo de las etapas precontractuales	Acorde al Cronograma de Contratación

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN, VALORACIÓN Y ASIGNACIÓN DE RIESGO

No.	Clase	Fuente	Etapa	Tipo	Descripción (Qué puede pasar y, cómo puede ocurrir)	Consecuencia de la ocurrencia del evento	Probabilidad	Impacto	Valoración del riesgo	Categoría	¿A quién se le asigna?	Tratamiento/Controles a ser implementados	Impacto después del tratamiento				¿Afecta la ejecución del contrato?	Responsable por implementar el tratamiento	A partir de cuándo se inicia el tratamiento	Cuando se completa el tratamiento	Monitoreo y revisión	
													Probabilidad	Impacto	Valoración del riesgo	Categoría					¿Cómo se realiza el monitoreo?	Periodicidad
4	General	Externo	Contratación	Riesgo operacional	Riesgo de que no se firme el contrato	Obstruye la ejecución del contrato	1	3	4	Bajo	Contratista	Seguimiento para la suscripción del contrato	1	2	3	medio	Si	Corporación Turismo Cartagena de Indias	Desde la adjudicación	Hasta la Legalización	Verificación suscripción	Cronograma del proceso
5	General	Interno	Contratación	Riesgo operacional	Riesgo asociado con el incumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y la publicación del contrato	Que no se de inicio a la ejecución del contrato y los recursos sean utilizados en otro proceso	1	3	4	Bajo	Entidad	Seguimiento a los requisitos de perfeccionamiento y al inicio de la ejecución del contrato	1	1	2	bajo	Si	Supervisor designado entidad	Desde la Suscripción del contrato	Hasta el inicio de la ejecución	Verificación del perfeccionamiento e inicio del contrato	Diario
6	Especifico	Externo	Ejecución	Riesgo operacional	Que no se cuente con los recursos necesarios para desarrollar el objeto del contrato	Incumplimiento del objeto contractual	2	4	6	Alto	Contratista	Solicitud de cobertura de riesgo de cumplimiento y calidad del servicio	1	1	2	medio	Si	Supervisor y contratista	Desde el inicio de ejecución	Hasta la Finalización	Seguimiento en el informe de supervisión	Semanal
7	Especifico	Externo	Ejecución	Riesgo operacional	Que las actividades realizadas no cumplan con las especificaciones técnicas solicitadas en el contrato	Incumplimiento del objeto contractual	2	4	6	Alto	Contratista	Seguimiento por parte del supervisor del contrato a las actividades asignadas Solicitud de Pólizas de Cumplimiento y calidad del servicio	1	1	2	medio	Si	Supervisor y contratista	Desde el inicio de ejecución	Hasta la Finalización	Seguimiento en el informe de supervisión	Diario

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN, VALORACIÓN Y ASIGNACIÓN DE RIESGO

No.	Clase	Fuente	Etapa	Tipo	Descripción (Qué puede pasar y, cómo puede ocurrir)	Consecuencia de la ocurrencia del evento	Probabilidad	Impacto	Valoración del riesgo	Categoría	¿A quién se le asigna?	Tratamiento/Controles a ser implementados	Impacto después del tratamiento				¿Afecta la ejecución del contrato?	Responsable por implementar el tratamiento	A partir de cuándo se inicia el tratamiento	Cuando se completa el tratamiento	Monitoreo y revisión	
													Probabilidad	Impacto	Valoración del riesgo	Categoría					¿Cómo se realiza el monitoreo?	Periodicidad
8	Específico	Externo	Ejecución	Riesgo Financiero	Aumento o disminución del valor de los servicios contratados	Aumento o disminución en la estructura de costos del convenio - Desequilibrio Económico	2	5	7	Alto	Contratista	Revisión y ajuste de la fórmula de equilibrio contractual / Acuerdo modificatorio de las condiciones contractuales	1	1	2	bajo	Si	Ordenador de Gasto, Supervisor y contratista	Desde el inicio de ejecución	Hasta la Finalización	Seguimiento en el informe de supervisión	Mensual
9	Específico	Externo	Ejecución	Riesgo operacional	Que no se proceda con la liquidación del contrato dentro de los términos de Ley	Incumplimiento de los términos para la liquidación del contrato	2	5	7	Alto	Contratista	Requerimientos de orden jurídico. Procedencia de la liquidación unilateral del Contrato por parte de la Corporación	1	1	2	bajo	No	Ordenador de Gasto, Supervisor y contratista	Desde el inicio de ejecución	Hasta la Finalización	Requerimientos para liquidación de contrato	A la terminación del contrato