I. Datos Generales del Contrato

1. DENOMINACION DEL CONTRATO	**INFORME No**	1	
Contrato N°	202003223		
Nombre del Supervisor	Eloina del Carmen Goenaga Jimenez		
2. DE LA ETAPA CONTRACTUAL			
Tipo de contrato	PRESTACIÓN DE SERVICIOS		
Nombre del contratista	Link Marketing & Servicios S.A.S.		
Identificación del contratista	NIT 900.420.627-4		
Objeto del contrato	Contratación de prestación de servicios de apoyo a la gestión para acompañar a la subsecretaria de salud pública para desarrollar el plan de medios en el marco de las dimensiones del plan decenal de salud en el Departamento del Atlántico.		
Plazo	El plazo para la ejecución del contrato será hasta el 31 de diciembre de 2020, contados a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución.		
Numero de Certificado de Disponibilidad Presupuestal (C.D.P)	202003147	Fecha del C.D.P	2020-10-15
Número de Registro Presupuestal (R.P.)	202006035	Fecha del R.P	2020-11-25
Valor del contrato	Contrato Inicial: $1.144.731.449 Adición 1: $0 Adición 2: $0 Adición 3: $0 Total: $1.144.731.449		

Fecha de inicio del contrato	Fecha de terminación del contrato	Fecha de Suspensión	Fecha de reinicio
2020-11-25	2020-12-31	No Aplica	No Aplica

3. GARANTIAS CONSTITUIDAS POR EL CONTRATISTA (las solicitadas en el contrato):

Amparos	Aseguradora	No de Póliza	Vigencia	
			Desde	Hasta
Calidad del servicio	Aseguradora Solidaria de Colombia, con NIT 860.524.654-6	320 47 994000019744	26/11/2020	30/04/2021
Cumplimiento	Aseguradora Solidaria de Colombia, con NIT 860.524.654-6	320 47 994000019744	26/11/2020	30/04/2021
Anticipo				
Pago anticipado				
Calidad y correcto funcionamiento de los bienes y equipos suministrados				
Salarios y prestaciones	Aseguradora Solidaria de Colombia, con NIT 860.524.654-6	320 47 994000019744	26/11/2020	31/12/2023
Responsabilidad Civil Extracontractual				
Otros				

4. EJECUCION DEL CONTRATO

Descripción		**Valor**
Valor del Contrato Inicial		$1.144.731.449
Adición No. 1		$
Adición No. 2		$
Adición No. 3		$
Valor Total del contrato		$1.144.731.449
Porcentaje del Anticipo	%	$0
Porcentaje del Pago anticipado	%	$0
Valor Ejecutado del Contrato		$1.144.731.449
Valor por ejecutar		$0
Valor a pagar en el presente Informe		$1.144.731.449
No. Factura o Cuenta de Cobro		LINK 456

II. Ejecución Contractual:
Se relaciona a continuación las actividades realizadas por el contratista durante el plazo de ejecución del contrato.

SUGRENCIAS GENERALES:
Me preocupa que todos los compromisos contractuales quedan enmarcados solo en el anexo 4, lo ideal es que se haga una descripción de cada compromiso contractual al interior del mismo anexo 4,
Revisar las observaciones realizadas en amarillo en cada item, de tal manera que para cada compromiso quede una evidencia en el informe.

Gracias

Obligación Especificas Contractual	Producto
a. Brindar apoyo en el desarrollo de campañas de socialización de mensajes de comunicación dirigidos, al cuidado y prevención de la salud pública de los Municipios del Departamento del Atlántico, mediante acciones educativas con los grupos de interés.	Para constatar el cumplimiento de esta obligación, ver los siguientes documentos integrales al presente informe: Anexo 4. Evidencias de Campañas realizadas y Anexo 5. Listado Consolidado de Campañas ATL y BTL. (En el anexo 4 y 5 se evidencian los soportes de las actividades desarrolladas en cada una de las campañas en los diferentes municipios)
b. Acompañar el desarrollo de la conceptualización de los contenidos de los medios que se requieran dentro del plan de comunicación de Salud Departamental desde una óptica estratégica orientada al suministro de información al ciudadano en forma oportuna, precisa, completa, confiable y eficaz.	El contratista desarrollo la conceptualización de los contenidos de las diferentes campañas elaboradas, las cuales quedaron descritas en el Item anterior en los anexos 4 y 5. Para constatar el cumplimiento de esta obligación, el registro fotográfico de las campañas BTL desarrolladas puede ser consultado en el Anexo 4. Evidencias de Campañas realizadas; el listado consolidado de las estrategias desarrolladas en medios masivos de comunicación y las actividades desarrolladas en campo, pueden ser consultadas en el Anexo 5. Listado Consolidado de Campañas ATL y BTL. El listado general de las treinta y una (31) campañas de socialización realizadas durante el periodo de ejecución contractual se puede revisar en el Anexo 6. Listado de Campañas de Socialización. Así mismo, el resumen del PLAN DE MEDIOS ejecutado durante la vigencia del contrato puede ser consultado en el Anexo 7. Plan de Medios ejecutado.
c. Brindar asistencia y acompañamiento en la creación y producir las piezas de comunicación requeridas para la socialización de las campañas de promoción y prevención.	El contratista creo y produjo las piezas de comunicación requeridas en las diferentes campañas. Para constatar el cumplimiento de esta obligación, ver el registro fotográfico de las campañas de mega tomas, salones de belleza, centros de estética y spa, así como las campañas de promoción y perifoneo a pie, incluidas en el Anexo 4. Evidencias de Campañas realizadas.
d. Realizar acompañamiento en la gestión de los planes de Medios de manera integral, que permita difundir las campañas de socialización, de acuerdo a las poblaciones a impactar de manera integral.	En cumplimiento de esta obligación, durante la relación contractual con el Departamento del Atlántico, LINK MARKETING & SERVICIOS S.A.S. Realizo el acompañamiento en la gestión del plan de medios de la Gobernación del Atlántico, definiendo las acciones que se debían llevar a cabo para corroborar la adecuada y oportuna ejecución de las tareas definidas en los diferentes medios y estrategias de comunicación de la administración, que fueron previamente establecidas en la planificación y presupuesto de la Secretaría de Salud. Se definieron, además, los protocolos necesarios para asegurar un entendimiento entre los representantes de los medios de comunicación y LINK MARKETING & SERVICIOS S.A.S. sobre el progreso de las actividades, emisiones, publicaciones y divulgaciones ejecutadas en los diferentes medios ATL, de forma que se pudieran tomar las acciones correctivas necesarias que aseguraran una armonía entre la planificación y la ejecución de actividades. Con base en lo anterior, se estructuró una estrategia debidamente organizada para hacer un correcto y oportuno rastreo a las campañas que daban cumplimiento a las

	actividades incluidas en el presupuesto del plan de medios de la Secretaría de Salud, en el periodo de vigencia del contrato, lo que finalmente permitió validar el correcto cumplimiento de las acciones previstas y administrar, desde allí, apropiadamente las evidencias relacionadas. Este procedimiento incluyó aspectos como: decisión sobre el apoyo tecnológico requerido, identificación de herramientas a utilizar, selección y organización de información de mayor a menor relevancia, identificación de asuntos a supervisar, definición de términos y frases potenciales, métodos y momentos de conexión, organización de tareas a desarrollar, identificación de medios de mayor conectividad con la población, desarrollo de las acciones propias del seguimiento, refinamiento de búsquedas, análisis de datos y comunicación-articulación con los representantes de medios ATL. La metodología establecida por LINK MARKETING & SERVICIOS S.A.S., le permitió suministrar a la administración departamental, información clara, concreta y veraz sobre el cumplimiento de todos los compromisos emanados del desarrollo y ejecución del plan de medios programado. Debido a su esencia y naturaleza, esta obligación no generó evidencias que deban ser trasladadas o constituyan entregables para el Departamento del Atlántico como parte integral del presente informe
e. Apoyar a la Secretaría de Salud en la definición de plan de comunicación en el que se garantice la eficiencia en la socialización de los mensajes de acuerdo a la prioridad definida con la Secretaría de Salud de acuerdo a los grupos de interés y los temas referente en cada caso.	El contratista apoyo a la secretaria de salud en la definición del Plan de comunicación, garantizando la eficiencia en la socialización de los mensajes, según las prioridades establecidas por la secretaria de salud. Para constatar el cumplimiento de esta obligación, ver el Anexo 4. Evidencias de Campañas realizadas y el Anexo 7. Plan de Medios ejecutado
f. Apoyar el seguimiento y monitoreo constante de las socializaciones e intervenciones que se realicen, que nos permita tener un registro al detalle del desarrollo del plan de comunicación, de temas afines a cada programa, para contar con herramientas que nos permitan una excelente planeación de medios y validación del tipo de canal por audiencias.	LINK MARKETING & SERVICIOS S.A.S. estructuró una estrategia debidamente organizada para hacer un correcto y oportuno rastreo a las campañas que daban cumplimiento a las actividades incluidas en el presupuesto del plan de medios de la Secretaría de Salud, en el periodo de vigencia del contrato, lo que finalmente permitió validar el correcto cumplimiento de las acciones previstas y administrar, desde allí, apropiadamente las evidencias relacionadas. Este procedimiento incluyó aspectos como: decisión sobre el apoyo tecnológico requerido, identificación de herramientas a utilizar, selección y organización de información de mayor a menor relevancia, identificación de asuntos a supervisar, definición de términos y frases potenciales, métodos y momentos de conexión, organización de tareas a desarrollar, identificación de medios de mayor conectividad con la población, desarrollo de las acciones propias del seguimiento, refinamiento de búsquedas, análisis de datos y comunicación-articulación con los representantes de medios ATL. En desarrollo de la estrategia de seguimiento definida, se realizó seguimiento permanente a cada una de las campañas ejecutadas, para lo cual se realizó una organización previa de información por cada enlace y posteriormente efectuando una revisión mínima de dos (2) veces por semana, las publicaciones en cada medio de comunicación. Se aseguró permanente contacto y conversación con los representantes de cada uno de los medios involucrados, con el propósito de solicitar evidencia de las pautas realizadas en cada caso. Durante el periodo de ejecución contractual, esta estrategia estuvo liderada y a cargo de un Coordinador Operativo, especialmente nominado por LINK MARKETING & SERVICIOS S.A.S. con dedicación exclusiva, a fin de garantizar la ordenación y revisión sobre la ejecución de las pautas contratadas. La metodología establecida por LINK MARKETING & SERVICIOS S.A.S., le permitió suministrar a la administración departamental, información clara, concreta y veraz sobre el cumplimiento de todos los compromisos emanados del desarrollo y ejecución del plan de medios programado. Se relacionan las actividades realizadas con su respectivo Coordinador, quien fue el responsable de hacer el seguimiento y monitoreo en virtud de esta obligación.

Tipo de Actividad	Fecha de Ejecución	Municipios	COORDINADOR
TV Popman (Centros Comerciales)	5-dic-20	Centros Comerciales Soledad / El Nuestro	Carlos Visbal
	6-dic-20	Centro Comercial Santo Tomas / El Poblado	Carlos Visbal
	6-dic-20	Centros Comerciales Malambo/ Malambo	Carlos Visbal
	7-dic-20	Centros Comerciales Soledad / El Plaza Del Sol	Carlos Visbal
	20-dic-20	Centros Comerciales Soledad / El Nuestro	Carlos Visbal
	21-dic-20	Centros Comerciales Malambo/ Malambo	Carlos Visbal
	22-dic-20	Centros Comerciales Santo Tomas/ El Poblado	Carlos Visbal
Carro valla	28-nov-20	Soledad - Malambo - Sabanagrande - Santo Toma	Jeam Carlos Guerrero
	29-nov-20	Galapa-Baranoa - Polonuevo - Sabanalarga	Jeam Carlos Guerrero
	30-nov-20	Puerto Colombia - Tubara - Usiacuri - Repelon	Jeam Carlos Guerrero
	1-dic-20	Soledad - Plaza De La Paz	Jeam Carlos Guerrero
	2-dic-20	Piojo- Luruaco - Manati	Jeam Carlos Guerrero
	3-dic-20	Suan - Santa Lucia	Jeam Carlos Guerrero
	4-dic-20	La Aguada- La Peña (Sabanalarga)	Jeam Carlos Guerrero
	5-dic-20	Baranoa	Jeam Carlos Guerrero
	6-dic-20	Puerto Colombia - Santo Tomas	Jeam Carlos Guerrero
	7-dic-20	Malambo - Soledad	Jeam Carlos Guerrero
	8-dic-20	Malambo - Soledad	Jeam Carlos Guerrero
	9-dic-20	Sabanagrande	Jeam Carlos Guerrero
	10-dic-20	Juan De Acosta- Usiacuri	Jeam Carlos Guerrero
	11-dic-20	Baranoa	Jeam Carlos Guerrero
	12-dic-20	Campeche	Jeam Carlos Guerrero
	13-dic-20	Soledad	Jeam Carlos Guerrero
	14-dic-20	Puerto Colombia	Jeam Carlos Guerrero
	15-dic-20	Sabanalarga- Polo Nuevo	Jeam Carlos Guerrero
	16-dic-20	Sabanagrande	Jeam Carlos Guerrero
	17-dic-20	Galapa- Baranoa	Jeam Carlos Guerrero
	18-dic-20	Campo De La Cruz	Jeam Carlos Guerrero
	19-dic-20	Sabanalarga	Jeam Carlos Guerrero
	20-dic-20	Palmar De Varela	Jeam Carlos Guerrero
	21-dic-20	Usiacuri	Jeam Carlos Guerrero
	22-dic-20	Sabanalarga	Jeam Carlos Guerrero
	23-dic-20	Baranoa	Jeam Carlos Guerrero
	24-dic-20	Soledad	Jeam Carlos Guerrero
	25-dic-20	Malambo	Jeam Carlos Guerrero
	26-dic-20	Puerto Colombia	Jeam Carlos Guerrero
	27-dic-20	Juande Acosta	Jeam Carlos Guerrero
	28-dic-20	Galapa - Baranoa	Jeam Carlos Guerrero
	29-dic-20	Malambo	Jeam Carlos Guerrero
	30-dic-20	Soledad	Jeam Carlos Guerrero
Carro vitrina	12-dic-20	Palmar	Dayan Gonzalez
	13-dic-20	Manati	Dayan Gonzalez
	14-dic-20	Soledad	Dayan Gonzalez
	15-dic-20	Galapa	Dayan Gonzalez
	16-dic-20	Sto Tomas	Dayan Gonzalez
	17-dic-20	Puerto Colombia	Dayan Gonzalez
	18-dic-20	Malambo	Dayan Gonzalez
	19-dic-20	Luruaco	Dayan Gonzalez
	20-dic-20	Baranoa	Dayan Gonzalez
	21-dic-20	Soledad	Dayan Gonzalez
	22-dic-20	Baranoa	Dayan Gonzalez
	23-dic-20	Repelon	Dayan Gonzalez
Material Promocional (Kits de Bioseguridad)	21-dic-20	Sabanalarga - Galapa- Baranoa	Mairon Dix
	22-dic-20	Bqlla- Soledad- Malambo Y Puerto Colombia	Mairon Dix
	23-dic-20	Sabanagrande - Sonto Tomas - Palmar	Mairon Dix
Sketches Lúdicos - Megatomas	18-dic-20	Malambo	Carlos Visal / Ricardo Mahaecha
	21-dic-20	Baranoa	Carlos Visal / Ricardo Mahaecha
	19-dic-20	Luruaco	Carlos Visal / Ricardo Mahaecha
Moto perifoneo	28-nov-20	Juan De Acosta	Jeam Carlos Guerrero
	29-nov-20	Puerto Colombia	Jeam Carlos Guerrero
	30-nov-20	Baranoa	Jeam Carlos Guerrero
	1-dic-20	Galapa	Jeam Carlos Guerrero
	2-dic-20	Santo Tomas	Jeam Carlos Guerrero
	3-dic-20	Sabanagrande	Jeam Carlos Guerrero
	4-dic-20	Sabanalarga	Jeam Carlos Guerrero
	5-dic-20	Luruaco	Jeam Carlos Guerrero
	6-dic-20	Malambo	Jeam Carlos Guerrero
	7-dic-20	Malambo-Soledad	Jeam Carlos Guerrero
	9-dic-20	Puerto Colombia	Jeam Carlos Guerrero
	9-dic-20	Galapa - Usiacuri	Jeam Carlos Guerrero
	10-dic-20	Palmar	Jeam Carlos Guerrero
	11-dic-20	Suan	Jeam Carlos Guerrero
	12-dic-20	Galapa	Jeam Carlos Guerrero
	13-dic-20	Malambo	Jeam Carlos Guerrero
	14-dic-20	Soledad	Jeam Carlos Guerrero
	15-dic-20	Puerto Colombia	Jeam Carlos Guerrero
	16-dic-20	Santo Tomas	Jeam Carlos Guerrero
	17-dic-20	Galapa - Baranoa	Jeam Carlos Guerrero
	18-dic-20	Sabanalarga	Jeam Carlos Guerrero
	19-dic-20	Soledad	Jeam Carlos Guerrero
	22-dic-20	Soledad	Jeam Carlos Guerrero
Sketches Lúdicos - Gigantografia	12-dic-20	Palmar - Ponedera	Carlos Visbal
	13-dic-20	Manati	Carlos Visbal
	14-dic-20	Soledad	Carlos Visbal
	15-dic-20	Galapa	Carlos Visbal
	16-dic-20	Sabanagrande- Sto Tomas	Carlos Visbal
	17-dic-20	Puerto Colombia	Carlos Visbal
	18-dic-20	Malambo	Carlos Visbal
	19-dic-20	Luruaco	Carlos Visbal
	22-dic-20	Barranquilla	Carlos Visbal
Popman Tradicional	1-dic-20	Soledad - Recorrido Sida/ Barranquilla(Plaza De	Emauel Reyes
	4-dic-20	La Peña - La Aguada (Sabanalarga)	Emauel Reyes
	5-dic-20	Baranoa	Emauel Reyes
	11-dic-20	Baranoa	Emauel Reyes
	12-dic-20	Galapa	Emauel Reyes
	18-dic-20	Sabanalarga	Emauel Reyes
	19-dic-20	Sabanalarga	Emauel Reyes
	20-dic-20	Soledad El Nuestro	Emauel Reyes
Promoción y perifoneo a pie	5-dic-20	Soledad El Nuestro	Emauel Reyes
	6-dic-20	Santo Tomas El Poblado - Malambo	Emauel Reyes
	7-dic-20	Soledad	Emauel Reyes
	11-dic-20	Santa Lucia	Andres Satana
	12-dic-20	Baranoa	Andres Satana
	13-dic-20	Soledad	Andres Satana
	14-dic-20	Puerto Colombia	Emauel Reyes
	16-dic-20	Sabanagrande	Emauel Reyes
Sketches Lúdicos - Trop as Caracteristicas	15-dic-20	Galapa	Andres Satana
	16-dic-20	Sabanagrande- Sto Tomas	Andres Satana
	17-dic-20	Puerto Colombia	Andres Satana
	18-dic-20	Malambo	Carlos Visbal
	19-dic-20	Luruaco	Carlos Visbal
	20-dic-20	Baranoa	Ricardo Mahaecha
	21-dic-20	Soledad	Ricardo Mahaecha
	22-dic-20	Soledad	Ricardo Mahaecha

g. Apoyo en la implementación de espacios de diálogo y comunicación permanente con la comunidad a través de la realización de actividades de carácter comunicacional de fácil acceso sobre las gestiones adelantadas en cada uno de los grupos o audiencias, infantes, niños, adolescentes jóvenes, adultos y adultos mayores.	En el marco de las Estrategias BTL planteadas y definidas por la Secretaría de Salud Departamental, se trabajaron CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN Y SOCIALIZACIÓN de cara a la comunidad, enfocadas a sensibilizar y concientizar a la ciudadanía del Departamento, acerca de la relevancia de la prevención en salud actitud y comportamientos que deben asumir para promover la salud en el marco de la nueva normalidad, particularmente en veintidós (22) municipios y tres (3) corregimientos, a saber: **Municipios** - Puerto Colombia - Soledad - Tubará - Galapa - Malambo - Sabanagrande - Santo Tomás - Polonuevo - Baranoa - Usiacurí - Palmar de Varela - Luruaco - Sabanalarga - Ponedera - Candelaria - Manatí - Repelón - Juan de Acosta - Piojó - Campo de la cruz - Santa Lucía - Suán **Corregimientos:** - La Peña - Aguada de Pablo - Campeche Las campañas directas con la ciudadanía en los municipios del Departamento estuvieron caracterizadas por diversas actividades BTL, enmarcadas en las siguientes campañas: • Popman LED (Centros Comerciales) • Carro valla • Moto perifoneo • Carro vitrina • Promoción y perifoneo a pie • Popman Tradicional • Material Promocional (Kits de Bioseguridad) • Sketches Lúdicos Cada una de las estrategias BTL desarrolladas contaron con la interacción con la ciudadanía, soportadas en actividades de publicidad itinerante, durante la vigencia del contrato. Para constatar el cumplimiento de esta obligación, ver el Anexo 4. Evidencias de Campañas realizadas.
h. Brindar acompañamiento en la creación, producción y socialización del material gráfico de apoyo, que contenga la información relevante que requiere ser transmitida a la comunidad, garantizando la calidad de los elementos y el proceso logístico de entrega de manera eficiente y segura.	LINK MARKETING & SERVICIOS S.A.S. acompañó a la Gobernación del Atlántico y a la Secretaría de Salud en las labores propias de diseño del material gráfico como mecanismo de apoyo para las campañas de comunicación y socialización, tales como: • Hombres Valla - Con el mensaje “Salud para la Gente” • Gorras- Con el mensaje “Salud para la Gente” y el logo “Gobernación del Atlántico” • Camisetas - Con el mensaje “Salud para la Gente” en el frente y “Gobernación del Atlántico” en la espalda.

	• Tapabocas - Con el mensaje “Salud para la Gente” y el logo “Gobernación del Atlántico” • Lona para Carro Valla - Con el mensaje “Salud para la Gente”; “Salud para la Gente – Protege tu salud, ¡vacúnate!”; “Celebrar bien, es querer estar bien”. • Lona para Carro Vitrina - Con el mensaje “Salud para la Gente” • Etiqueta para botella de alcohol - Con el mensaje “Salud para la Gente” • Chaleco – Con la marca de la Secretaría de Salud del Atlántico y el logo de la Gobernación del Atlántico • Stickers - “Celebrar bien es querer estar bien” – Gobernación del Atlántico. • Afiches para entrega en salones de belleza, estéticas y spa con temática de Bioseguridad. • Carnés de Vacunación para niños y mascotas. • Volantes específicos para transmitir el mensaje de prevención de ETS/VIH/SIDA. LINK MARKETING & SERVICIOS S.A.S. adelantó las acciones necesarias para crear y proyectar los mensajes institucionales de la Gobernación del Atlántico a través de imágenes, ya que este mecanismo de comunicación visual, buscaba enriquecer las situaciones cotidianas de los habitantes del Departamento. La línea de diseño utilizaba, planteaba, visualizaba y generaba emociones en los ciudadanos que, de manera simultánea. Transmitía los valores institucionales de la Gobernación, mejorando la experiencia de los habitantes, el posicionamiento y la imagen del equipo de gobierno en pro de su bienestar en salud. Para constatar el cumplimiento de esta obligación, ver el Anexo 4. Evidencias de Campañas realizadas.
i. Presentar informe con soportes y evidencias sobre el cumplimiento de asignación y comunicación efectiva de las socializaciones a la comunidad.	Para constatar el cumplimiento de esta obligación, LINK MARKETING & SERVICIOS S.A.S. entrega el presente informe de ejecución de actividades y sus anexos (en especial el Anexo 4. Evidencias de Campañas realizadas), los cuales hacen parte integral del mismo.
j. Brindar acompañamiento y apoyo en la implementación de acciones y eventos dirigido a la población específica de cada uno de los programas a intervenir de manera no invasiva, como herramienta fundamental para la socialización de los mensajes de valor establecidos en las campañas para generar acercamiento entre el mensaje y las comunidades.	El contratista brindo acompañamiento y apoyo en la implementación de las acciones y eventos dirigidos a la población especifica de cada uno de los programas. Para constatar el cumplimiento de esta obligación, ver los siguientes documentos integrales al presente informe: Anexo 4. Evidencias de Campañas realizadas y Anexo 6. Listado de Campañas de Socialización.
k. Contar con equipo integral de apoyo para implementar las socializaciones, este equipo se articula con el personal a cargo de los programas por parte de la Gobernación para trabajar de manera alineada para el cumplimiento de los objetivos trazados.	LINK MARKETING & SERVICIOS S.A.S., durante el periodo de ejecución contractual, tuvo a completa disposición de la Gobernación del Atlántico, el equipo necesario para asegurar la correcta ejecución de actividades propias del plan comunicacional de la administración departamental, en lo que atañe a la salud pública. El equipo estuvo conformado por: • Adriana Plata Nieto- Gerente Comercial, encargada de la estrategia publicitaria. • Silvia Pérez - Directora de Cuenta, encargada de la administración del contrato y la estructuración de plan táctico. • Dayan González - Coordinador Operacional, encargado de los aspectos operativos del proyecto • Liliana Paola Meza - Coordinadora de Producción, encargada de las activaciones BTL. • Grupo Base de Operaciones, encargado de ejecutar las actividades de socialización, promoción y divulgación en los municipios del Departamento. Este equipo de trabajo comercial, técnico y administrativo se encargó de ejecutar todas las acciones que fueron necesarias para el normal desarrollo del contrato y para atender las necesidades de comunicación de la Gobernación del Atlántico. Para constatar el cumplimiento de esta obligación, la Secretaría de Salud departamental trabajó coordinadamente con el personal administrativo de LINK MARKETING & SERVICIOS S.A.S.; el grupo base de Operaciones puede ser constatado en el Anexo 4. Evidencias de Campañas realizadas.

l. El contratista deberá contar con acceso a diversos medios de comunicación masiva que permita la ejecución de los objetivos del presente contrato, tales como radio, televisión, prensa e internet, las campañas deben tener un tiempo mínima de 15" y máximo de 30", situación que será coordinada con el supervisor del contrato de acuerdo a lo que se requiera en cada medio de comunicación y campaña a adelantar.	LINK MARKETING & SERVICIOS S.A.S. es el resultado de la unión de un grupo de profesionales con más de 20 años de experiencia en Mercadeo y Servicios integrales y constituye un experimentado equipo de trabajo que ha tenido como misión ser aliados estratégicos de diversas empresas, diseñando e implementando proyectos innovadores que buscan generar soluciones integrales, con resultados de alto impacto. En virtud de esta experiencia, ha podido enriquecer su base de proveedores de servicios de actividades ATL, en diferentes medios de comunicación, a saber: • Periodistas Independientes Barranquilla • Redes Sociales • Portales • Televisión • Radio Comercial • Prensa Escrita Con el propósito de apoyar a la Secretaría de Salud del Departamento del Atlántico, en el desarrollo de la gestión para el acompañamiento en la conceptualización y ejecución de una estrategia de comunicaciones dirigida a promover los mensajes institucionales de cada una de las campañas generadas a partir de las necesidades de socialización de la administración, dirigidas todas a instruir a la población objeto y a generar conciencia sobre la importancia de diferentes actividades que promuevan el cuidado de la salud de manera preventiva para todos los habitantes del Atlántico y sobre todo a la población vulnerable, puso a disposición de la Entidad un importante grupo de medios de comunicación. El contratista tuvo acceso a los medios de comunicación masiva con el fin de cumplir con la ejecución del presente contrato. Para constatar el cumplimiento de esta obligación, ver los siguientes documentos integrales al presente informe: **Anexo 4. Evidencias de Campañas realizadas y Anexo 5. Listado Consolidado de Campañas ATL y BTL (en lo relacionado con actividades ATL).**
m. En el desarrollo del contrato todo el material impreso y entregable a la población deberá contar con el visto bueno del supervisor del contrato, y el arte de los mismos deberá ser coordinado con la Secretaría de Salud, deberá entregarse muestra física de todo el material gráfico que se desarrolle y entregue en el contrato.	En lo que atañe a esta obligación, LINK MARKETING & SERVICIOS S.A.S. debe mencionar que todas las piezas gráficas en formato digital, así como los artes necesarios para gestionar la impresión de documentos en medio físico, fueron suministrados por la Gobernación del Atlántico, a través de la Secretaría de Salud. De lo anterior, se desprende que todo el material gráfico de las campañas adelantadas en virtud del contrato suscrito, contó con el visto bueno del supervisor del contrato. En cumplimiento de lo señalado en esta obligación, LINK MARKETING & SERVICIOS S.A.S. presentó a la supervisión del contrato, de manera previa a su distribución y utilización, las muestras físicas del material gráfico impreso que fueron ordenadas como apoyo a la gestión de actividades BTL en las que se interactuó con los habitantes del Departamento. En dicha entrega, se realizó la verificación de las especificaciones técnicas de los materiales utilizados, tintas, resolución de impresión y, en general, todas las características fundamentales que garantizaban un medio impreso de calidad, que pudiera ser expuesto y distribuido en los Municipios del departamento, salvaguardando la imagen institucional de la Gobernación del Atlántico y la Secretaría de Salud departamental. Debido a su esencia y naturaleza, esta obligación no generó evidencias que deban ser trasladadas o constituyan entregables para el Departamento del Atlántico como parte integral del presente informe.
n. El contratista estará presta a acompañar a la Secretaría de Salud en un mínimo de 30 campañas en diversos temas, que hacen parte de la agenda en salud pública, la selección y priorización de las diversas campañas está a cargo del supervisor del contrato, con quien se coordinará los aspectos gráficos y estratégicos de las mismas.	LINK MARKETING & SERVICIOS S.A.S. acompañó y apoyó a la Gobernación del Atlántico en la ejecución de treinta y una (31) campañas de socialización y comunicación a la ciudadanía, a lo largo los veintidós municipios del Departamento, ofreciendo a la comunidad en general, información promocional sobre las acciones adelantadas por la administración sobre las problemáticas frecuentes en el ámbito de salud pública e instruyendo a la población sobre la importancia de la prevención en salud, entendiendo la responsabilidad de comunicar de manera clara y congruente, utilizando herramientas tecnológicas y tradicionales, de manera que los mensajes llegaran a su correcto destino y cumplieran su objetivo.

	Las campañas desarrolladas incorporaron las siguientes temáticas: *Tema de la Campaña:* 1. Realizar una campaña de promoción por medios masivos de comunicación para la prevención de accidentes con la sustancia tóxicas (Pólvora). 2. Prevenir el consumo de alcohol con mensajes que impacten a la comunidad a través de campañas de información por medios masivos de comunicación. 3. Promover espacios libres de humo y la prevención de la exposición al tabaco a través de campañas de información por medios masivos de comunicación. 4. Promover el consumo de frutas y verduras a través de campañas de información por medios masivos de comunicación. 5. Promover la reducción de consumo de sal y sodio en campañas de información por medios masivos de comunicación. 6. Promover hábitos higiénicos, técnicas de cepillado y los deberes y derechos en salud oral, en el departamento del Atlántico a través de 2 campañas de información en medios masivos de comunicación (radio, prensa, televisión), con enfoque étnico diferencial. 7. Promover el cuidado, el autocuidado y la detección temprana de alteraciones visuales a través de campañas informativas en medios masivos de comunicación. 8. Promover por medios masivos de comunicación el amor al silencio. 9. Promover la detección temprana de los diferentes tipos de cáncer priorizados en el Plan Decenal de Salud Pública a través de campaña informativa en medios masivos de comunicación en los 22 municipios del departamento. 10. Promover la importancia de la detección temprana de la hipertensión y la diabetes a través de campaña de información en medios masivos de comunicación. 11. Promover mediante campaña por medios masivos de comunicación la importancia de la lactancia materna. 12. Promover mediante campaña por medios masivos de comunicación con mensajes que impacten a la comunidad en la prevención de la anemia. 13. Desarrollar una campaña de promoción de los Derechos Sexuales y Derechos Reproductivos, a través de medios masivos de comunicación (radio, televisión y emisoras locales), para fomentar el ejerció de los derechos relacionadas con la sexualidad y la reproducción, libre de violencias, en el marco de igualdad, libertad, autonomía y no discriminación 14. Promover por medios masivos de comunicación, campaña de información para la interrupción voluntaria del embarazo en los 22 municipios del departamento. 15. Realizar campaña para informar a la población de los 22 municipios a través de medios masivos de comunicación (redes sociales, emisoras locales, televisión, prensa) y material educativo impreso (volantes, plegables y cartillas), sobre la importancia del control prenatal, signos y síntomas de alarma, complicaciones del embarazo, parto institucional y anticoncepción. 16. Realizar una campaña por medios masivos de comunicación Radio, prensa y televisión), para informar a la comunidad de los 22 municipios sobre medidas prevención y ruta de atención de la violencia sexual. 17. Promover por medios masivos de comunicación (radio, emisoras locales, perifoneo), la prevención de ITS/ VIH/SIDA, en los 22 municipios del departamento. 18. Realizar en los 22 municipios del departamento una campaña de difusión por radio, emisoras locales, perifoneo y redes sociales, sobre hábitos higiénicos (lavado de manos y cara) y la importancia de la desparasitación en niños y adolescentes de 2 a 14 años, como práctica clave para disminuir el riesgo de transmisión de enfermedades infecciosas desatendidas (EID). 19. Realizar en los 22 municipios del departamento campaña de difusión por radio, emisoras locales, perifoneo y redes sociales, para informar a la comunidad sobre la importancia de las practicas claves para la prevención. 20. Desarrollar una campaña por medios masivos de comunicación para Informar a la comunidad de los municipios del Departamento, sobre signos, síntomas y factores de riesgo que inciden en la lepra, a través de medios masivos. 21. Desarrollar una campaña por medios masivos de comunicación para informar a la comunidad de los municipios con mayor carga de Tuberculosis, sobre signos, síntomas y factores de riesgo que inciden en la enfermedad. 22. Desarrollar una campaña por diferentes medios masivos de comunicación (radio, televisión, prensa y redes sociales) para informar a la comunidad de los 22 municipios, sobre la importancia de las vacunas a través y la prevención de enfermedades prevenibles por vacuna.

	23. Desarrollar una campaña alusiva a la promoción y prevención de la rabia, por diferentes medios de comunicación tales como radio (que incluya emisoras comunitarias), videos para proyectar en las IPS, por redes sociales, cartillas y volantes. 24. Promover una cultura preventiva de riesgos laborales en el sector informal de la economía a través de campañas de información por medios masivos de comunicación (que incluya emisoras locales). 25. Promover por medios masivos de comunicación los derechos sexuales y reproductivos de la población LGBTI. 26. Difundir por medios masivos de comunicación mensajes relacionados con el uso adecuado de medicamento y el reporte de los eventos adversos a medicamentos. 27. Desarrollar una campaña para difundir por medios masivos de comunicación, mensajes relacionados con los requisitos mínimos para el uso adecuado de medicamentos de control. 28. Desarrollar una campaña para difundir por medios masivos de comunicación, mensajes relacionados con los requisitos mínimos para el uso adecuado de dispositivos médicos. 29. Desarrollar una campaña para difundir por medios masivos de comunicación, mensajes relacionados con los derechos y deberes al acceder a salas de bellezas, centros de estética y spa. 30. Promover las medidas de prevención de la violencia de género, violencia sexual y su ruta de atención, con material y elementos informativos 31. Promover la prevención de la transmisión materno infantil de la sífilis gestacional y congénita mediante la adquisición de material educativo y elementos informativos. Las campañas directas de socialización y comunicación con la ciudadanía en los municipios del Departamento, estuvieron soportadas por diversos mecanismos publicitarios y lúdicos, como: • Popman LED (Centros Comerciales) • Carro valla • Moto perifoneo • Carro vitrina • Promoción y perifoneo a pie • Popman Tradicional • Material Promocional (Kits de Bioseguridad) • Sketches Lúdicos Para constatar el cumplimiento de esta obligación, ver los siguientes documentos integrales al presente informe: **Anexo 4. Evidencias de Campañas realizadas y Anexo 5. Listado Consolidado de Campañas ATL y BTL (en lo relacionado con actividades BTL).**
o. Deberá realizar el apoyo y acompañamiento en los 22 municipios del Departamento del Atlántico, logrando la conectividad con los diferentes medios de comunicación que se usen en las diferentes localidades, haciendo posible la cobertura que busca la Secretaría de Salud para lograr los objetivos del contrato.	A fin de lograr la cobertura en los veintidós municipios del Departamento el Atlántico, LINK MARKETING & SERVICIOS S.A.S. desarrolló una serie de actividades ATL (Above the Line) de carácter general y dirigidas a todos los públicos objetivo definidos por la administración departamental, garantizando que los mensajes llegaran a los públicos deseados. En desarrollo de esta estrategia, se desplegó el PLAN DE MEDIOS de la Secretaría de Salud del Departamento del Atlántico, en donde se realizaron publicaciones, a través de canales como: • Periodistas Independientes de Barranquilla: Estos profesionales difundieron los mensajes institucionales de la Gobernación del Atlántico según la programación del plan de medios de la Entidad. Siendo emisores de información independiente que no constituyen en sí mismos una agencia de información, ni de los medios masivos de comunicación organizados como empresas. • Redes Sociales: Allí se mostraron anuncios a los usuarios de las redes sociales, entremezclados en el contenido general de las redes, con el propósito de difundir el mensaje de la Gobernación del Atlántico. • Portales Web: Bajo este medio, se transmitió el mensaje institucional de la Gobernación, a través de la exposición de piezas comunicativas, con la frecuencia y permanencia predeterminadas según la necesidad.

	• Televisión: La publicidad televisiva fue usada como un tipo de comunicación persuasiva, cuyo fin fue promocionar la imagen institucional de la Gobernación del Atlántico, en lo concerniente a la salud pública del departamento y que fue concebida para ser emitida por la televisión. • Radio Comercial: En este medio se realizó la difusión del mensaje institucional de la Gobernación del Atlántico con una correcta selección de estaciones y programas, de acuerdo a la audiencia predefinida, bajo principios de segmentación de mercado establecidos, buscando gran alcance y penetración. • Prensa Escrita: En este medio de comunicación se transmitió el mensaje de la Gobernación del Atlántico en lo que concierne a las diversas campañas encaminadas a la sensibilización de los atlanticenses frente a la importancia de la prevención y hábitos de vida saludable. Para constatar el cumplimiento de esta obligación, ver los siguientes documentos integrales al presente informe: Anexo 4. Evidencias de Campañas realizadas y Anexo 7. Plan de Medios ejecutado.
	En los anexos: **Anexo 5. Listado Consolidado de Campañas ATL y BTL, Anexo 6. Listado de Campañas de Socialización y Anexo 7. Plan de Medios Ejecutado** se evidencia el cronograma de las actividades que se realizaron. Con el propósito de transmitir adecuadamente el mensaje institucional de la Gobernación del Atlántico, cumpliendo su plan de medios y las campañas de socialización, LINK MARKETING & SERVICIOS S.A.S. presentó su propuesta a la Secretaría de Salud, la cual contempló aspectos relacionados a los conceptos de los mensajes, la gestión del plan de socialización de las campañas por temáticas de cada programa y población a intervenir, en los siguientes aspectos: -Apoyar la definición de los mensajes a socializar de acuerdo a cada programa de Salud Pública y la población a intervenir, con un lenguaje especial, enmarcado en un solo estilo, adaptados a cada temática o programa, que mantengan unidad entre ellos y mantenga la frecuencia en la comunicación. -Coordinar las actividades e información a socializar con los referentes de los programas para garantizar que el manejo de la información sea acorde a lo establecido en el plan de salud. -Definición de población -Organización de temas a socializar por cada tipo de población y establecer el cronograma de implementación. -Selección de los medios para la socialización de los mensajes por cada campaña -Elaboración del plan de socialización de cada tema por programa. -Brindar el apoyo logístico para la realización de las socializaciones, con los canales requeridos y el desarrollo de las actividades de acuerdo a la población que se pretende intervenir y las acciones acordes a cada programa. Adicionalmente, en lo concerniente al desarrollo de las campañas de socialización, realizó las siguientes propuestas: -Tener en cuenta población objeto a intervenir, de acuerdo a lo establecido y asignado en cada programa, y el medio más efectivo de impactar a la población. -Analizar los objetivos de cada programa conjurando ejecución y estrategias de medios a utilizar. -Realizar la instrucción y desarrollo de las ayudas para desarrollar el plan de medios y comunicaciones. -Analizar las estrategias a intervenir y población a impactar con la información relevante de cada programa. -Conceptualizar y realizar los diseños y creaciones que se requiera en cada socialización de los programas, determinando el tiempo de la realización de las campañas, ejecutando cada una de las etapas para su montaje, realización, culminación, apoyándose de medios de comunicaciones impresos, virtuales, objetos manuales. Las propuestas formuladas, fueron expuestas y socializadas a la Secretaría de Salud departamental, en espacios de trabajo conjunto con LINK MARKETING & SERVICIOS S.A.S., de manera virtual a través de video llamadas de Google Meet. De lo anterior, se desprendió como resultado el plan de medios definitivo (actividades ATL) y el universo de campañas de socialización (actividades BTL) que

	fue definido conjuntamente, aprobado por la supervisión del contrato por parte de la Secretaría de Salud y finalmente ejecutado por LINK MARKETING & SERVICIOS S.A.S. En complemento, durante el periodo de la ejecución contractual, la coordinación de todas las actividades relacionadas con la ejecución del plan de medios y las campañas de socialización de cara a la comunidad, se realizó a través de llamadas y chats a través de la aplicación WhatsApp, en trabajo mancomunado con la supervisión del contrato por parte de la Secretaría de Salud. Bajo los mecanismos descritos, LINK MARKETING & SERVICIOS S.A.S. aseguró el cumplimento de esta obligación, como quiera que todas las decisiones tomadas en desarrollo del contrato, fueron conocidas oportunamente por la supervisión del contrato por parte de la Secretaria de Salud departamental y contaron con su respectiva conformidad, razón por la cual el contrato se desarrolló con normalidad, sin contratiempos y sin controversias
q. Hacen parte integral de las actividades específicas las detalladas en la propuesta del contratista.	Para constatar el cumplimiento de esta obligación, ver los siguientes documentos integrales al presente informe: Anexo 4. Evidencias de Campañas realizadas, Anexo 5. Listado Consolidado de Campañas ATL y BTL, Anexo 6. Listado de Campañas de Socialización y Anexo 7. Plan de Medios ejecutado.

Los soportes documentales (en los casos que aplique) del desarrollo de las actividades antes mencionadas son los siguientes:

Se hizo entrega de un documento en PDF con el informe del Contrato No. 202003223 con sus respectivos anexos, los cuales, están relacionados como evidencias soporte al cumplimiento de las obligaciones específicas antes mencionados. A continuación se deja relación de los anexos con una breve descripción de su contenido:

Documentos Soportes	Descripción
Anexo 4. Evidencias de Campañas realizadas	Presentación en formato PDF con imágenes de evidencia de realización de actividades, solicitadas por la Gobernación del Atlántico, durante el periodo de ejecución contractual.
Anexo 5. Listado Consolidado de Campañas ATL y BTL	Archivo en PDF que contiene la relación de actividades ejecutadas, por dada campaña, en estrategias ATL y BTL.
Anexo 6. Listado de Campañas de Socialización	Archivo en PDF que contiene la relación detallada de las Campañas de Socialización realizadas con su respectiva temática.
Anexo 7. Plan de Medios ejecutado	Archivo en PDF que contiene la relación detallada de las Campañas ATL realizadas con su respectiva temática.

Eloina del Carmen Goenaga Jimenez quien actúa en nombre y representación del DEPARTAMENTO DEL ATLÁNTICO, en calidad de Supervisor, deja constancia que el contratista ejecuto a cabalidad el objeto del contrato conforme a lo señalado en el Estudio previo y la propuesta presentada, como también la verificación del pago de las Estampillas Departamentales y de la acreditación del pago de seguridad social.

Se firma en Barranquilla, a los (04) días del mes de febrero de 2021



Eloina del Carmen Goenaga Jimenez
FIRMA DEL SUPERVISOR
Identificación: 32.609.770



Jairo Alfredo Salas Quintana
FIRMA DEL CONTRATISTA
Identificación: 72.175.045