

	ACTA DE REUNIÓN	CÓDIGO: FT-010
		VERSIÓN: 001
		FECHA ACTUALIZACIÓN: 16/08/2023

FECHA REUNIÓN:	2 de marzo de 2024
-----------------------	--------------------

I. PARTICIPANTES					
NOMBRE COMPLETO		CARGO	EMPRESA/ENTIDAD		
Álvaro Meneses		Coord. Componente	Up Holding		
Kateryne Guzmán Polo		Coord. Técnico	Moving for Innovation		
Lisdey Rico		Gerente de proyecto	Moving for Innovation		
Juan Pablo		Comunicador	Moving for Innovation		
Laura Viviana Vasquez		Asesor Jurídico	Moving for Innovation		
María Cristina Rodríguez		Cood. Administrativo	Moving for Innovation		
II. OBJETO					
Revisar avance y cronograma del acta de ejecución directa E01 A01 y A02.					
III. LECTURA ACTA ANTERIOR Y POSIBLES OBSERVACIONES A LA MISMA					
No aplica					
IV. VERIFICACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS PACTADOS SEGÚN ACTA(S) ANTERIOR(ES)					
No.	Descripción del compromiso	Responsable	Se cumplió (Si/No)	Acciones por tomar	
1	N/A	N/A	-	N/A	
Listado de compromisos, acta en la cual se adquirió el compromiso, responsable, cumplió, no cumplió.					
V. ORDEN DEL DÍA					
5. Revisión de avances. 6. Análisis del Acto administrativo No. 12 y solicitud de otro sí teniendo en cuenta el cambio de municipios y ajustes del cronograma. 7. Conclusiones y compromisos.					
VI. DESARROLLO DE LA REUNIÓN					



ACTA DE REUNIÓN

CÓDIGO: FT-010

VERSIÓN: 001

FECHA ACTUALIZACIÓN:
16/08/2023

En la ciudad de Bogotá, a los 02 días del mes de marzo, siendo las 11:00 a.m, se reúnen los siguientes participantes:

Gerente del proyecto, Coordinador técnico, el comunicador, Coordinador administrativo, Área jurídica y el coordinador de ejecución del componente.

El coordinador de ejecución informa avances en la logística adelantada para la divulgación, posibles emisoras y horarios de publicación.

Durante el proceso de planeación del proyecto Moving for Innovation para dar inicio al desarrollo a la actividad A1 denominada E1-A01 Realizar eventos de reconocimiento y casos de éxito basados en innovación en la región centro oriente, se tomó en cuenta las bases de datos suministradas por el RUES donde se realizó la clasificación de empresas que cumplieran con las características necesarias, determinando además en que municipio había mayor cantidad de empresas para realizar los eventos de socialización, sin embargo, hay otros componentes que es necesario tenerlos en cuenta. Inicialmente, se planeó en Boyacá se encontraba preseleccionado Tunja, Duitama, Sogamoso y Villa de Leyva; en reunión con autoridades locales no informan que el tejido empresarial de Villa de Leyva en su gran mayoría pertenece al sector comercio y no a los sectores priorizados por este proyecto, por lo que recomienda, que el esfuerzo en comunicación, se realice en el municipio de Chiquinquirá; es así, como se reemplaza el municipio de Villa de Leyva por Chiquinquirá. De igual manera, cerca a este último, se encuentra ubicado estratégicamente para que empresarios de otros municipios como Pauna, Simijaca, Susa, Saboyá, y otros municipios que tradicionalmente no son atendidos por la oferta institucional.

Por otra parte, en el municipio de Cundinamarca se pre seleccionaron a Soacha, Chiá, Cajica, Funza y Viota. Este último municipio es reemplazado por Mosquera por dos razones principales, la primera, porque Viotá fue seleccionado por los requerimientos de entidades territoriales quién se comprometía a apoyar la ejecución del proyecto en este municipio, sin embargo, al momento de realizar esta planeación no se obtiene respuesta por parte de los interesado y segundo, porque Mosquera tiene un número significativo de empresas de los sectores priorizados en el proyecto.

Teniendo en cuenta los municipios priorizados inicialmente, se planeó las siguientes acciones de comunicación que se afectan con los cambios realizados: número de emisoras y número de pautas radiales. En el Acto administrativo No. 12, objeto de esta reunión quedó plasmado el compromiso de realizar la divulgación de las actividades en 10 emisoras, y cada una con 84 pautas, para un total de 840. Con el cambio realizado en los municipios pasaremos a 9 emisoras con 716 pautas, quedando un saldo de \$90.000 pesos que se pasarán a telemercadeo con el propósito de fortalecer la convocatoria uno a uno.

Desde el análisis del comité de comunicaciones del proyecto, se verificó que la nueva cotización incluía en su alcance los municipios a los que se debía impactar, ajustado al presupuesto y sin desmejorar la calidad del servicio contratado.

Vale la pena aclarar que los valores de las cuñas varían según el medio, la audiencia, el horario y el alcance que se tiene en sus frecuencias; que los montos no son estandarizados o que mucho menos son precios constantes en el tiempo ni en el espacio, eso depende de cada medio de comunicación.



ACTA DE REUNIÓN

CÓDIGO: FT-010

VERSIÓN: 001

FECHA ACTUALIZACIÓN:
16/08/2023

Estando las partes de acuerdo, se solicitará un Otro Sí para modificar las cantidades y las acciones de divulgación de acuerdo al análisis que se acaba de realizar, quedando de la siguiente manera:

PRODUCTO / CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD	ENTREGABLE
<p>Publicación de pautas radiales o cuñas publicitarias en 9 emisoras con alta frecuencia en los departamentos priorizados.</p> <p>Las pautas radiales o cuñas publicitarias deben de durar cómo mínimo 20 segundos cada una.</p> <p>Las emisoras en donde se realice la publicación deben ser acordadas previamente con la coordinación técnica del proyecto.</p>	9 emisoras, 716 pautas	Soportes de grabación o publicación de estas.
Realización telemercadeo a personas objetivos del proyecto.	1.664 personas alcanzadas por telemercadeo.	Base de datos de la gestión realizada.
Pago de pautas digitales y/o publicación en redes sociales.	Mínimo 19 pautas.	Informe de la actividad en donde incluya redes sociales en las que se pauto. Tiempo y duración de las pautas publicitarias.
Creación del jingle del proyecto mediante la composición de letra y música inédita, basados en información estratégica del proyecto, o brief, usando esas palabras claves a resaltar, slogan, principios y valores, enfoque poblacional y demás detalles que permitan el máximo enganche y éxito del jingle.	1 jingle oficial completo 1 jingle versión corta (Max 30 seg) 1 jingle versión pista instrumental sin voz.	Grabación de 1 jingle oficial completo, 1 jingle versión corta (Max 30 seg) y 1 jingle versión pista instrumental sin voz.
Suministro de camisetas para el equipo del proyecto. Ello, con la finalidad de que sean utilizadas en actividades de divulgación del Proyecto	19 camisetas	Registro fotográfico y soporte de entrega al componente técnico del proyecto.



ACTA DE REUNIÓN

CÓDIGO: FT-010

VERSIÓN: 001

FECHA ACTUALIZACIÓN:
16/08/2023

Ajuste al cronograma

Después de un análisis exhaustivo de las estrategias implementadas para los primeros talleres de mentalidad y cultura de la actividad E1-A01 y A1-A02, se evidenció que, para lograr el impacto esperado en las estrategias de divulgación, es necesario prolongar el tiempo de difusión 30 días más para que esta sea efectiva.

Las estrategias de divulgación requieren de un tiempo adecuado para que puedan alcanzar su máximo potencial de impacto y efectividad. Cuando se tiene un plazo limitado para llevar a cabo estas estrategias, se corre el riesgo de no lograr una difusión suficiente y de calidad. Esto puede deberse a varias razones:

1. Alcance limitado: Si el tiempo disponible para la divulgación es corto, es probable que no se logre llegar a todas las audiencias objetivo de manera efectiva. La difusión puede quedar restringida a un segmento reducido de la población, lo que limita el impacto del mensaje.
2. Frecuencia insuficiente: La repetición es clave en las estrategias de divulgación para que el mensaje se consolide en la mente del público. Si el tiempo es limitado, puede ser difícil programar y ejecutar múltiples rondas de difusión, lo que resulta en una frecuencia insuficiente de exposición al mensaje.
3. Adaptación y ajustes: Las estrategias de divulgación suelen requerir ajustes y adaptaciones a medida que se implementan y se recibe retroalimentación del público. Con un tiempo limitado, es difícil realizar estos ajustes de manera adecuada y oportuna, lo que puede afectar la efectividad general de la campaña de divulgación.
4. Cobertura geográfica: En el caso específico de este contrato, que incluye la divulgación en varios departamentos, el tiempo limitado puede dificultar la coordinación de actividades en diferentes regiones geográficas. Se necesita tiempo adicional para planificar y ejecutar estrategias de divulgación en áreas dispersas, garantizando así una cobertura adecuada y equitativa.

En este sentido, se acuerda por unanimidad ampliar el plazo del Acta No. 12 del 2024 desde el 22 de febrero del 2024 hasta el 30 de abril del 2024.

Se levanta la presente acta de justificación, siendo las 12:00 pm del día 02 de marzo del 2024.

VII. COMPROMISOS PACTADOS

No.	Descripción del compromiso	Responsable	Fecha de entrega
1	Solicitud y elaboración de Otros Sí	Componente técnico - Componente jurídico.	02-03-2024

VIII. PRÓXIMA REUNIÓN

FECHA:	DÍA: -	MES: -	AÑO: -
--------	--------	--------	--------



ACTA DE REUNIÓN

CÓDIGO: FT-010

VERSIÓN: 001

FECHA ACTUALIZACIÓN:
16/08/2023

Para constancia de lo anterior, se firma la presente acta bajo la responsabilidad expresa de los que intervienen en ella, de conformidad.

Nombres:	Cargo:	Firma:
Álvaro Meneses	Coord. Componente	
Kateryne Guzmán Polo	Coord. Técnico	
Lisdey Rico Gomez	Gerente de proyecto	
Juan Pablo García	Comunicador	
Laura Viviana Vasquez	Asesor Jurídico	
María Cristina Rodríguez	Cood. Administrativo	
