

DE: INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

PARA: ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO (ESAL)

ASUNTO: Invitación a presentar oferta económica para Convenio de Asociación

Reciban un cordial saludo

Desde instituto Distrital de Turismo - INDETUR un proceso contractual que permita resolver la necesidad cuyo objeto es **FORTALECIMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO DE SANTA MARTA PARA POSICIONARSE COMO DESTINO DE CLASE MUNDIAL Y CAPTAR MERCADOS ESTRATÉGICOS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL**, en este sentido y en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 5 del decreto 092 del 2017, "Asociación con entidades privadas sin ánimo de lucro cumplir actividades propias de Entidades Estatales" se invita a cualquier entidad sin ánimo de lucro de carácter Nacional o Distrital que cumpla con las condiciones dispuestas en el Decreto 092 y la guía expedida por Colombia Compra Eficiente a presentar una propuesta de comprometer recursos económicos por mínimo el 30% del valor del presente proceso contractual, de acuerdo con las siguientes especificaciones, de igual forma se les remitirá la siguiente comunicación a las entidades existentes en la base de datos del Instituto Distrital de Turismo:

1. OBJETO DEL CONVENIO DE ASOCIACIÓN Y ESPECIFICACIONES DEL MISMO:

Que el objeto del Convenio que se pretende suscribir se denomina **"AUNAR ESFUERZOS, ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO DE SANTA MARTA PARA POSICIONARSE COMO DESTINO DE CLASE MUNDIAL Y CAPTAR MERCADOS ESTRATÉGICOS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL"**.

ALCANCE DEL OBJETO: A través de la realización de las actividades por parte de la ESAL y Instituto Distrital de Turismo, se busca implementar acciones orientadas al cumplimiento de los objetivos trazados en el marco del objeto, mediante la realización de las siguientes actividades:

OBJETIVO ESPECÍFICO 1: FORTALECER LAS CAPACIDADES DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS E INSTITUCIONALES PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LOS 500 AÑOS DE SANTA MARTA.

Actividad 1.1: Programa integral de sensibilización, formación y apropiación cultural para prestadores turísticos.

Esta actividad busca generar procesos de apropiación territorial, formación técnica y promoción de la identidad turística e histórica de Santa Marta, en el marco de la conmemoración de sus 500 años, articulando a operadores, ciudadanía e instituciones locales. Se estructura en dos componentes: sensibilización y formación.

- Subactividad 1.1.1: Campaña de sensibilización ciudadana sobre los 500 años

Se diseñará el key visual y racional de la campaña, incluyendo mensajes clave, líneas gráficas, contenidos multiformato y una parrilla de difusión con:

- ⇒ 1 video heroico institucional,
- ⇒ 8 videos reels en alusión a hitos de la historia
- ⇒ 5 carruseles fotográficos de lugares patrimoniales
- ⇒ Piezas para redes sociales, portales digitales y aliados estratégicos.

Se ejecutarán jornadas presenciales de sensibilización en las tres localidades urbanas y rurales priorizadas, dirigidas a ciudadanía, operadores, actores institucionales y turistas. Estas jornadas combinarán actividades culturales, pedagógicas y artísticas (cuentaría, mapping, muralismo, entre otros), con mensajes orientados al sentido de pertenencia, cuidado del patrimonio y apropiación del destino. Se medirá el impacto mediante encuestas de percepción antes y después de cada jornada.

- Subactividad 1.1.2: Formación para la hospitalidad turística y posicionamiento del destino

Con base en un diagnóstico de brechas de atención y posicionamiento, se desarrollará un programa de formación en:

- ⇒ Servicio al cliente
- ⇒ Hospitalidad turística

- ⇒ Herramientas de posicionamiento digital
- ⇒ Promoción de experiencias y productos turísticos
- ⇒ Identidad cultural y narrativa del territorio.

Se realizarán tres (3) talleres por localidad (total 9), con mínimo 100 participantes en total. Se incluirá refrigerio, transporte de asistentes, alquiler de salones y materiales. Se expedirá certificación a quienes completen mínimo el 80% de la ruta formativa. Al cierre se realizará un evento de clausura con entrega simbólica de certificados, muestras culturales y feria de servicios para facilitar la conexión entre actores del ecosistema turístico.

- Subactividad 1.1.3: Servicio de implementación de la señalización turística de la ciudad

Se fabricarán 12 señalizadores por localidad (36 en total), en materiales de alta durabilidad, con información histórica, cultural, ambiental y de orientación al visitante. Las piezas incluirán códigos QR con acceso a contenidos digitales, diseño multilingüe (español-inglés), braille en lugares estratégicos, mapas, hitos cronológicos y fotografías patrimoniales. La instalación cumplirá normas de accesibilidad y será verificada técnicamente por INDETUR y las Juntas de Acción Comunal locales.

- Subactividad 1.1.4: Evento de inauguración de las señalizaciones conmemorando los 500 años

Se realizará un evento público conmemorativo en una de las localidades priorizadas. Incluirá logística técnica (tarima, sonido, luces), presentación artística, refrigerios, cobertura de medios y entrega simbólica de la ruta de señalización. Participarán autoridades distritales, operadores turísticos, líderes comunitarios y gestores culturales.

Actividad 1.2: Fortalecimiento de la capacidad instalada y personal de promoción del Instituto Distrital de Turismo de Santa Marta

Esta actividad busca robustecer las capacidades internas del INDETUR a través de la contratación de perfiles profesionales y técnicos idóneos, que soporten la planeación, ejecución, promoción y sistematización del proyecto. Se garantizará presencia institucional permanente en todas las acciones del proyecto.

Se vincularán los siguientes perfiles:

- **Ítem 1.2.1 – Profesional en Administración y/o afines:** deberá contar con mínimo dos (2) años de experiencia en coordinación de proyectos institucionales, seguimiento técnico y ejecución presupuestal. Su rol será liderar la ejecución operativa del proyecto, garantizar el cumplimiento del plan de acción, apoyar la planificación de eventos y coordinar el equipo técnico en articulación con el Instituto Distrital de Turismo.
- **Ítem 1.2.2 – Profesional en Derecho:** debe tener al menos dos (2) años de experiencia en contratación estatal, elaboración de actos administrativos y soporte legal en proyectos públicos. Sus funciones serán revisar contratos, emitir conceptos jurídicos, acompañar los procesos de adquisición de bienes y servicios y velar por el cumplimiento del marco normativo vigente.
- **Ítem 1.2.3 – Profesional en Derecho:** con mínimo un (1) año de experiencia, debe haber trabajado en instituciones públicas o privadas en funciones de análisis normativo o revisión documental legal. Acompañará procesos jurídicos contractuales y la validación legal de convenios, además de asesorar en temas de normatividad turística.
- **Ítem 1.2.4 – Profesional en Derecho:** también con mínimo un (1) año de experiencia, aportará soporte jurídico para la ejecución de actividades del proyecto, particularmente en lo relacionado con la señalización turística, eventos institucionales y adquisiciones, contribuyendo al control legal de todos los procedimientos.
- **Ítem 1.2.5 – Profesional en Administración y/o afines:** con mínimo dos (2) años de experiencia, deberá demostrar trayectoria en la ejecución administrativa y financiera de proyectos. Se encargará del control de gastos, elaboración de informes presupuestales y sistematización de resultados, en coordinación con el líder de proyecto.
- **Ítem 1.2.6 – Profesional en Administración y/o afines:** debe contar con experiencia mínima de dos (2) años en planificación y logística de eventos. Su papel será coordinar acciones operativas en campo, organizar cronogramas de actividades, gestionar proveedores y asegurar la ejecución adecuada de subactividades institucionales y promocionales.

- **Ítem 1.2.7 – Profesional en Derecho:** con experiencia mínima de un (1) año, se encargará del soporte jurídico a actividades de sensibilización y promoción, revisión documental en procesos de convocatoria y acompañamiento legal a actividades con enfoque comunitario, ferias y famtrips.
- **Ítem 1.2.8 – Profesional en Derecho:** también con mínimo un (1) año de experiencia, aportará en la elaboración de documentos jurídicos, verificación de normatividad en contrataciones menores, y acompañará jurídicamente eventos públicos relacionados con el posicionamiento institucional del destino.
- **Ítem 1.2.9 – Comunicador y Periodista:** con al menos dos (2) años de experiencia en medios, campañas de comunicación institucional o turismo. Será el encargado de la redacción de comunicados, notas de prensa, historias de impacto y acompañará la estrategia de relacionamiento con medios nacionales e internacionales.
- **Ítem 1.2.10 – Profesional en Administración Turística:** con experiencia mínima de dos (2) años en diseño y operación de experiencias turísticas, articulación con gremios y logística de promoción de destino. Su función será apoyar la implementación de famtrips, acompañar la participación en ferias y desarrollar estrategias de experiencia turística para la campaña “Santa Marta 500+”.
- **Ítem 1.2.11 – Técnico en Docencia:** deberá tener al menos dos (2) años de experiencia en procesos pedagógicos o de formación comunitaria. Acompañará la implementación de jornadas formativas para operadores turísticos, diseño de contenidos lúdicos y apoyo metodológico en procesos de sensibilización ciudadana.
- **Ítem 1.2.12 – Profesional en Mercadeo:** con experiencia mínima de dos (2) años en campañas institucionales, marketing digital y diseño de narrativas de marca. Tendrá como responsabilidad desarrollar las piezas gráficas y audiovisuales del proyecto, coordinar la pauta en redes y diseñar estrategias promocionales alineadas con la identidad “Santa Marta Ciudad del Origen”.
- **Ítem 1.2.13 – Profesional en Sistemas:** con experiencia mínima de dos (2) años en gestión de plataformas digitales, desarrollo web o soporte técnico institucional. Será el responsable de dar soporte al sitio web del INDETUR, implementación de códigos QR, bases de datos, mantenimiento de servidores y herramientas de monitoreo digital del proyecto.
- **Ítem 1.2.14 – Comunicador y Periodista:** con al menos un (1) año de experiencia en redacción creativa, producción de contenidos y cobertura de eventos. Apoyará la producción audiovisual de las actividades del proyecto, gestión de redes sociales, edición de piezas informativas y acompañamiento en presentaciones públicas del destino.
- **Ítem 1.2.15 – Técnico en Administración Hotelera:** con mínimo dos (2) años de experiencia, se encargará de la asistencia logística en eventos, apoyo a operadores turísticos, gestión de espacios de atención al visitante y acompañamiento en actividades de promoción institucional.
- **Ítem 1.2.16 – Técnico en Administración Hotelera:** también con experiencia mínima de dos (2) años, tendrá funciones de apoyo en ferias y famtrips, coordinación logística de alimentación, transporte, asistencia a participantes y organización de presentaciones de destino.
- **Ítem 1.2.17 – Egresado de Facultad de Derecho:** con experiencia previa de práctica profesional o pasantía en entidades públicas, brindará soporte en procesos legales menores, archivo jurídico, revisión de documentos de convocatoria y acompañamiento a los profesionales jurídicos del proyecto.
- **Ítem 1.2.18 – Auxiliar Administrativo:** con experiencia mínima de un (1) año en apoyo logístico, sistematización de documentos y gestión de cronogramas. Acompañará la ejecución administrativa del proyecto, registro de gastos, elaboración de formatos y soporte transversal a eventos.
- **Ítem 1.2.19 – Ingeniero Civil:** con mínimo dos (2) años de experiencia en supervisión de obras menores, instalaciones urbanas o mobiliario urbano. Será el responsable de verificar el montaje de señalética turística, evaluar condiciones técnicas de instalación y garantizar la calidad de las intervenciones físicas del proyecto.
- **Ítem 1.2.20 – Auxiliar de Archivo:** con al menos un (1) año de experiencia, apoyará los procesos de organización documental, sistematización de actas, fotografías, relatorías y registros de actividades, asegurando el orden, trazabilidad y archivo físico y digital de toda la documentación del proyecto.

OBJETIVO ESPECÍFICO 2: IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS Y ACCIONES EFECTIVAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL.

1.1.1

Actividad 2.1: Plan de medios y promoción digital del destino

1.1.1.1

- Subactividad 2.1.1: Plan de medios para la difusión y promoción de Santa Marta en el marco de la celebración 500 años a nivel regional y nacional

Consiste en la creación e implementación de una estrategia de comunicación integral que posicione a Santa Marta como un destino turístico clave en el marco de sus 500 años. Se incluirá:

- ⇒ Planificación y compra de pauta en medios locales y nacionales (radio, televisión, prensa impresa y digital),
- ⇒ Generación de contenido con medios aliados,
- ⇒ Producción de notas, artículos, cápsulas de video y entrevistas.

Se espera al menos 20 publicaciones en medios durante la ejecución del proyecto.

- Subactividad 2.1.2: Campañas digitales en Google, Meta y/o redes sociales

Campaña orientada a promocionar eventos, atractivos y productos turísticos de Santa Marta a través de:

- ⇒ Google Ads
- ⇒ Facebook Ads e Instagram Ads
- ⇒ Influencers y creadores de contenido.

Se emplearán al menos 10 piezas gráficas, 5 videos reels, 5 historias interactivas, y se configurarán conversiones digitales que permitan medir efectividad. Se contratará un Community Manager y un experto en pauta digital.

Actividad 2.2: Producción de elementos de merchandising del destino y conmemoración de los 500 años de Santa Marta

Esta actividad está dirigida al diseño y elaboración de elementos promocionales que refuercen la marca "Santa Marta 500 años" y generen recordación del destino entre operadores, medios, visitantes e inversionistas turísticos.

- Subactividad 2.2.1: Producción de merchandising con imagen institucional de Santa Marta

Incluye diseño gráfico, aprobación institucional y fabricación de:

- ⇒ Camisetas
- ⇒ Gorras
- ⇒ Bolsos ecológicos
- ⇒ Termos
- ⇒ Parches bordados
- ⇒ Pines
- ⇒ Cuadernos y kits de bienvenida para ferias.

Todos los productos llevarán identidad visual oficial del proyecto y se entregarán en ferias, ruedas de negocios, famtrips y eventos institucionales.

- Subactividad 2.2.2: Impresión de materiales gráficos del destino

Producción de brochures, guías turísticas, mapas plegables, postales y catálogos de productos y experiencias, con contenidos bilingües y enfoque diferencial. Se imprimirá un mínimo de 3.000 unidades distribuidas según tipo de evento y público objetivo.

- Subactividad 2.2.3: Producción del video oficial de Santa Marta 500 años

Video promocional en calidad 4K, con narrativa cinematográfica, subtítulos en inglés, enfoque inclusivo y musicalización original. Se generarán versiones de 30, 60 y 180 segundos para diversos usos.

Actividad 2.3: Participación en feria nacional de turismo (TRAVEL EXPO 2025 – Medellín)

Santa Marta será Ciudad Invitada de Honor en la feria TRAVEL EXPO 2025, lo que representa una vitrina estratégica de alto nivel para el posicionamiento del destino.

- Subactividad 2.3.1: Logística del evento y alquiler de salón en Medellín

Contratación de espacio físico para evento principal con aforo de 100 personas, mobiliario, sonido profesional, pantalla led, iluminación y servicios audiovisuales.

- Subactividad 2.3.2: Raciones alimentarias y hospitalidad

Almuerzo o cena tipo buffet con enfoque gourmet y oferta de cocina típica samaria, para 100 asistentes, con menús adaptados a alergias e intolerancias.

- Subactividad 2.3.3: Transporte, hospedaje y viáticos

Tiquetes, hospedaje, alimentación y traslados para delegación compuesta por: funcionarios INDETUR, operadores turísticos, artistas, equipo logístico y periodistas locales.

- Subactividad 2.3.4: Montaje de stand institucional

Instalación de un stand con ambientación escenográfica alusiva a Santa Marta, presencia de marca “500 años”, códigos QR, pantallas interactivas y módulos experienciales (realidad aumentada, sonidos del Caribe, aromas del Magdalena).

- Subactividad 2.3.5: Presentación cultural

Show musical y de danza representativa del Caribe, con artistas locales, como acto central del evento institucional.

- Subactividad 2.3.6: Registro audiovisual y sistematización

Grabación profesional del evento, entrevistas a participantes, producción de video resumen y entrega de memoria fotográfica a INDETUR.

Actividad 2.4: Participación en ferias internacionales

Santa Marta participará en eventos internacionales estratégicos, y misiones comerciales en **Nueva York, Chile y Perú**, con el objetivo de establecer vínculos comerciales, promocionar el destino y atraer inversión turística.

- Subactividad 2.4.1: Logística internacional

Cobertura de tiquetes aéreos, hospedaje mínimo de 4 noches, alimentación, transporte interno y seguros para cada integrante de la delegación oficial.

- Subactividad 2.4.2: Kits promocionales para eventos

Incluyen brochures, regalos simbólicos, material de contacto, video institucional y artículos de merchandising adaptados a públicos internacionales.

- Subactividad 2.4.3: Stand institucional

Diseño y montaje de un espacio visualmente atractivo, acorde con los lineamientos del evento, que permita activaciones culturales, reuniones de negocios y demostraciones interactivas.

Actividad 2.5: Estrategia de promoción a través de famtrips

Dos famtrips serán organizados para operadores, agencias, medios y creadores de contenido de alto impacto nacional, con el fin de posicionar experiencias y generar contenido orgánico sobre la ciudad.

- Subactividad 2.5.1: Diseño del itinerario

Incluye recorrido por el Centro Histórico, Parque Tayrona, Minca, Bonda, Taganga, espacios patrimoniales y restaurantes locales. Se construirán guías narrativas por punto visitado.

- Subactividad 2.5.2: Logística del famtrip

Tiquetes, alojamiento, transporte privado, guías turísticos certificados, material impreso, souvenirs, servicio de alimentación y asistencia permanente durante 3 días.

- Subactividad 2.5.3: Eventos de bienvenida y cierre

Actividades simbólicas en la llegada (música, danza y degustación gastronómica) y una cena de clausura institucional con entrega de reconocimientos y socialización de resultados esperados.

Actividad 2.6: Estrategia de presentación de destino – Santa Marta 500+

Se diseñará una ruta de eventos institucionales para mostrar al país el potencial turístico y conmemorativo de Santa Marta en su quicentenario

- Subactividad 2.6.1: Evento central en Santa Marta

Organización de un acto de lanzamiento con aforo de 300 personas, presentación de la campaña oficial, discursos institucionales, rueda de prensa y acto cultural de gran formato.

- Subactividad 2.6.2: Eventos en Bogotá, Medellín o Cali

Actos itinerantes de presentación del destino ante públicos estratégicos, con ponencias, show artístico, entrega de kits promocionales y cobertura mediática nacional.

- Subactividad 2.6.3: Muestras culturales

Cada evento incluirá al menos 2 actos culturales en vivo (música, danza, poesía oral, tambores o teatro), con artistas locales debidamente contratados y visibilizados.

OBJETIVO ESPECÍFICO 3: MEJORAR LA INFRAESTRUCTURA BLANDA PARA BRINDAR MAYOR ACCESO A LA INFORMACIÓN TURÍSTICA EN EL MARCO Y CONMEMORACIÓN DE LOS 500 AÑOS DE SANTA MARTA.

Actividad 3.1: Mejorar la señalización turística de los atractivos históricos y culturales de Santa Marta en conmemoración de los 500 años

Esta actividad responde a la necesidad de fortalecer la orientación, accesibilidad e interpretación de los atractivos turísticos del Distrito, mediante el diseño, producción e instalación de elementos de señalización turística inclusiva, multilingüe y conectada con herramientas digitales. Esto busca optimizar la experiencia del visitante y reforzar la narrativa histórica y cultural del destino.

Subactividad 3.1.1: Servicio de implementación de la señalización turística de la ciudad

Se fabricarán e instalarán **12 señales turísticas** (mínimo 4 por cada una de las tres localidades priorizadas) en puntos estratégicos del Distrito, definidos previamente por el Instituto Distrital de Turismo (INDETUR) en concertación con actores locales. Estas señalizaciones serán de responsabilidad institucional y estarán diseñadas bajo estándares de accesibilidad, visibilidad y resistencia a la intemperie. Tendrán un tamaño mínimo de **0,6 metros de ancho por 1,5 metros de alto**, con estructuras en materiales metálicos y acabados anticorrosivos. El contenido incluirá mapas, datos históricos, pictogramas turísticos y códigos QR operativos que redirijan a contenidos digitales multilingües (español-inglés). Se garantizará la correcta ubicación, el anclaje técnico, la validación del contenido por expertos en patrimonio, y la supervisión técnica del montaje para asegurar su funcionalidad y perdurabilidad en el tiempo.

Subactividad 3.1.2: Evento de inauguración de las señalizaciones conmemorando los 500 años

Se realizará un evento conmemorativo y público de inauguración de las nuevas piezas señaléticas, como parte de las acciones simbólicas por los 500 años de Santa Marta. Este evento se desarrollará en una de las tres localidades priorizadas y contará con una **puesta en escena cultural y patrimonial**, diseñada para socializar el significado histórico de las señalizaciones instaladas, así como para generar apropiación ciudadana del relato turístico y patrimonial de la ciudad. El evento incluirá: producción técnica, sistema de sonido compacto tipo PA portátil, tarima modular, alquiler de sillas, logística de montaje, refrigerios para al menos 100 asistentes, y participación de autoridades locales, operadores turísticos, medios de comunicación y representantes de las comunidades. La actividad se concibe como una experiencia inmersiva que conecte a la ciudadanía con su territorio y promueva el turismo responsable y cultural.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS: La ESAL para la ejecución del convenio deberá tener en cuenta las especificaciones técnicas definidas por la entidad en el anexo técnico, el cual se encuentra en documento Anexo No. 1

2 PRESUPUESTO OFICIAL

El presupuesto Oficial del Presente proceso de contratación se estableció de las variables financieras y de costos que tuvo en cuenta al estructurar el proyecto que dio origen al Convenio Interadministrativo que se suscribió con el distrito de Santa Marta, al igual de otras variables de mercado que tuvo en cuenta INDETUR.

El presupuesto oficial para se estableció en la suma de **DOS MIL TRESCIENTOS SESENTA Y CINCO MILLONES DE PESOS M/L (\$2.365.000.000)**.

NOTA: La ESAL interesada en aportar una contrapartida igual o superior al 30% del valor del convenio, deberá tener en cuenta que la misma se ofrece en recursos económicos en dinero, de igual forma en ningún caso está propuesta podrá contener desmejoramiento de las condiciones técnicas solicitadas. El Instituto comprometerá los recursos necesarios para aportar los recursos faltantes para la ejecución del convenio.

El presupuesto estimado para el presente convenio asciende a la suma de **DOS MIL TRESCIENTOS SESENTA Y CINCO MILLONES DE PESOS M/L (\$2.365.000.000)** de los cuales el Instituto Distrital de Turismo - INDETUR aportara recursos económicos, por un valor no superior al 90% del total del proyecto, equivalente a **DOS MIL CIENTO CINCUENTA MILLONES DE PESOS (\$2.150.000,000)** Proceso amparado en el Certificado de Disponibilidad Presupuestal No. XXXX

3. PLAZO PARA LA EJECUCIÓN DEL CONVENIO DE ASOCIACIÓN.

El plazo para la ejecución del presente convenio será hasta el 31 de diciembre de 2025. Dicho plazo se contará a partir de la suscripción del Acta de Inicio del Convenio, previo cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución del Convenio.

4. CRITERIOS DE DESEMPATE

En caso de existir un número mayor de proponentes que ofrezcan un porcentaje superior al 30% y que cumplan con los requisitos dispuestos por el Decreto 092 del 2017, el Instituto Distrital de Turismo, escogerá la mejor propuesta de acuerdo con los criterios establecidos en los documentos previos que hacen parte integral del proceso

Nota: De no recibirse propuestas por el valor del 30% en dinero de una ESAL, en cumplimiento del artículo 4 del Decreto 092 de 2017, se realizará un proceso competitivo.

Los documentos o propuesta se recibirán de forma física en las oficinas del Instituto Distrital de Turismo, ubicado en Calle 15 No 2-60 piso 3 Ed. Bolívar.

Atentamente,

JOSE DOMINDO DAVILA MORALES
Director