ANEXO TÉCNICO

FORTALECIMIENTO PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE MISTRATÓ, RISARALDA: DESTINO DE AVITURISMO Y BIODIVERSIDAD

BPIN 2026664560002 — Municipio de Mistrató, Risaralda

CONTENIDO

1. OBJETO Y ALCANCE 2

1.1. Objeto 2

1.2. Alcance del objeto 2

1.3. Identificación del bien o servicio (Códigos UNSPSC) 3

1.4. Condiciones de ejecución 3

2. OBJETIVOS DEL SERVICIO 3

2.1. Objetivo general 3

2.2. Objetivos específicos 4

3. DESCRIPCIÓN TÉCNICA DE LOS COMPONENTES Y ACTIVIDADES 4

4. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS Y DESAGREGACIÓN DE ACTIVIDADES 6

1. Componente 1 — Producción de Contenidos y Material Promocional 6

2. Componente 2 — Plan de Medios ATL 7

3. Componente 3 — Estrategia BTL 8

4. Componente 4 — Viajes de Familiarización (Fam Trips) 9

5. Componente 5 — Participación en Ferias y Material Promocional 10

6. Componente 6 — Interventoría ..... **¡Error! Marcador no definido.**

5. CUADRO RESUMEN DE METAS FÍSICAS POR ACTIVIDAD 11

6. PRODUCTOS, ENTREGABLES Y CRITERIOS DE ACEPTACIÓN 13

7. CONDICIONES TÉCNICAS Y DE CALIDAD DE LOS ENTREGABLES 14

7.1. Requisitos técnicos de entrega por tipo de producto 14

7.2. Condiciones de las actividades de comercialización, activaciones y ferias 14

7.3. Informes y soportes 15

8. CONDICIONES DE ENTREGA, DERECHOS DE AUTOR Y APROBACIÓN 15

9. CRONOGRAMA GENERAL DE EJECUCIÓN 15

1. OBJETO Y ALCANCE

El presente Anexo Técnico define las especificaciones técnicas, actividades, aspectos a desarrollar, productos y condiciones que deberá ejecutar el contratista seleccionado, con base en el documento técnico del proyecto (BPIN 2026664560002). Los requisitos habilitantes, el equipo mínimo de trabajo, la experiencia del proponente, las obligaciones contractuales y los criterios de evaluación se definirán en los Estudios Previos y en el Pliego de Condiciones del proceso de selección. En caso de discrepancia prevalecerá lo dispuesto en el Pliego de Condiciones y sus adendas.

1.1. Objeto

PRESTACIÓN DE SERVICIOS ESPECIALIZADOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA INTEGRAL DE PROMOCIÓN Y FORTALECIMIENTO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE MISTRATÓ, RISARALDA, ORIENTADA AL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO COMO DESTINO DE AVITURISMO, BIODIVERSIDAD, NATURALEZA Y CULTURA, MEDIANTE LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS Y MATERIAL PROMOCIONAL, LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE MEDIOS ATL Y DIGITAL, EL DESARROLLO DE ACTIVACIONES BTL, LA REALIZACIÓN DE VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN, LA PARTICIPACIÓN EN FERIAS TURÍSTICAS Y LA PRODUCCIÓN DE MATERIAL DE APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA.

1.2. Alcance del objeto

El alcance del proyecto “Fortalecimiento para la promoción del destino turístico del municipio de Mistrató, Risaralda: destino de aviturismo y biodiversidad” (BPIN 2026664560002) comprende la implementación integral de un servicio de promoción turística orientado a fortalecer el posicionamiento de Mistrató como destino de naturaleza, aviturismo, biodiversidad, cultura y ecoturismo en mercados nacionales, en un periodo de ejecución de diez (10) meses. La intervención se estructura en los siguientes frentes:

1. Dimensión de Contenidos y Material Promocional:

- Producción de un (1) video hero promocional cinematográfico del destino (2:00 min, 4K, 16:9 y 9:16).
- Producción de veinte (20) videos temáticos tipo Reels (45 s c/u, vertical 9:16) sobre aviturismo, ecoturismo, biculturalidad y gastronomía.
- Producción de un (1) banco fotográfico profesional de 200 imágenes análogas y digitales.
- Producción de dos (2) videos temáticos de 1:30 min sobre la historia y la cultura del municipio.

2. Dimensión de Medios ATL y Digitales:

- Pauta digital multiplataforma (Meta, YouTube, Google, TikTok y X) durante noventa (90) días, con segmentación geográfica y por intereses.
- Pauta en un circuito de tres (3) pantallas LED (DOOH) en el Terminal de Transporte de Pereira, durante noventa (90) días.
- Instalación de dos (2) vallas publicitarias en vías principales de Pereira, durante sesenta (60) días cada una.
- Campaña con dos (2) influenciadores de alcance nacional, durante treinta (30) días.

3. Dimensión Experiencial (BTL):

- Activación experiencial de un (1) día en centro comercial de Pereira (stand modular tipo isla, 18 m² aprox.).

- Activación de siete (7) días en las Fiestas de la Cosecha de Pereira, Plaza Cívica Ciudad Victoria (stand temático de 5x5 m, 25 m²).

4. Dimensión Comercial y de Relacionamiento:

- Realización de dos (2) viajes de familiarización (Fam Trips) de cinco (5) días y cuatro (4) noches cada uno: el primero dirigido a periodistas e influenciadores de turismo de naturaleza y aves, y el segundo a agencias mayoristas y DMC de aviturismo y destinos culturales.
- Participación institucional y comercial del municipio en la Vitrina Turística de ANATO 2027 (Bogotá), con stand de hasta 32 m² y delegación de 13 personas.

5. Dimensión de Herramientas de Apoyo a la Comercialización:

- Diseño editorial, impresión y distribución de 200 ejemplares de una guía especializada de aves del municipio, más versión digital interactiva.
- Producción de material POP promocional del destino: 1.000 agendas, 1.000 sombrillas, 1.000 bolsas de café de origen y 1.000 totebags.

Resultados Esperados (Meta):

El alcance final se mide en la capacidad de la estrategia para incrementar en un 20% la llegada de turistas al municipio de Mistrató respecto a la línea base (Fuente: SITUR), y en el fortalecimiento de la generación de ingresos para los 13 prestadores de servicios turísticos habilitados con RNT y los 3.512 beneficiarios de la cadena ampliada de turismo del municipio (3.525 personas en total, según Encuesta de caracterización económica 2025 de la Secretaría de Desarrollo Económico de la Alcaldía municipal de Mistrató). El proyecto no contempla infraestructura, dotación ni una feria turística local independiente; su alcance se concentra en la ejecución de una estrategia integral de promoción, comunicación, posicionamiento, relacionamiento comercial y visibilidad turística.

1.3. Identificación del bien o servicio (Códigos UNSPSC)

Los códigos UNSPSC del bien o servicio serán asignados e incluidos por la entidad contratante en los Estudios Previos, conforme a la naturaleza de cada componente de la estrategia de promoción turística descrita en este Anexo Técnico. Esta información no se encuentra consignada en el documento técnico (DT) que soporta el presente proyecto y, por lo tanto, no se incluye en esta sección para evitar imprecisiones.

1.4. Condiciones de ejecución

El horizonte general de ejecución del proyecto es de diez (10) meses, según lo definido en el documento técnico del proyecto (BPIN 2026664560002). Los plazos específicos de liquidación, así como los requisitos habilitantes, el equipo mínimo de trabajo, la experiencia del proponente y los criterios de evaluación, se definirán en los Estudios Previos y el Pliego de Condiciones del proceso de selección. En caso de discrepancia, prevalecerá lo dispuesto en el Pliego de Condiciones y sus adendas.

Lugar de ejecución: principalmente en el municipio de Mistrató (Risaralda). Cuando la naturaleza de las actividades lo requiera, se desarrollarán acciones en la ciudad de Pereira (plan de medios ATL, activaciones BTL) y en Bogotá (participación en la Vitrina Turística de ANATO 2027), conforme al cronograma y a las directrices de la entidad.

2. OBJETIVOS DEL SERVICIO

2.1. Objetivo general

Incrementar la llegada de turistas y la generación de ingresos para los prestadores de servicios turísticos de Mistrató mediante el posicionamiento y la promoción del destino de naturaleza, cultura y ecoturismo en mercados nacionales.

2.2. Objetivos específicos

- Incrementar la visibilidad, el reconocimiento y la comercialización de Mistrató como destino de naturaleza, cultura y ecoturismo mediante la ejecución de estrategias de promoción y mercadeo, así como la participación en ferias, eventos turísticos y espacios estratégicos que fortalezcan el posicionamiento del destino y contribuyan a la atracción de visitantes.
- Desarrollar y difundir contenidos promocionales especializados que visibilicen los atributos diferenciales de Mistrató como destino de naturaleza, cultura y ecoturismo.
- Incrementar la presencia y visibilidad de Mistrató en canales digitales, medios tradicionales y plataformas de promoción turística de alcance nacional.
- Fortalecer la participación del destino en ferias, eventos y espacios de promoción y comercialización turística para ampliar su alcance y relacionamiento comercial.
- Diseñar y disponer material promocional y herramientas de apoyo a la comercialización que faciliten la promoción y difusión de la oferta turística del municipio.

3. DESCRIPCIÓN TÉCNICA DE LOS COMPONENTES Y ACTIVIDADES

El proyecto se ejecutará a través de cinco (5) componentes que desglosan las actividades necesarias para alcanzar el posicionamiento de Mistrató como destino de aviturismo y biodiversidad:

Componente 1: Producción de Contenidos y Material Promocional

Desarrollo integral de contenidos promocionales de alta calidad técnica que comuniquen los atributos diferenciales de Mistrató asociados a su biodiversidad, paisajes naturales, potencial de aviturismo, tradiciones locales, experiencias rurales, gastronomía, rutas de naturaleza y oferta turística emergente.

Actividad 1.1. Video hero promocional del destino: Preproducción, rodaje en campo y posproducción de un (1) video hero cinematográfico de 2:00 minutos, en 4K, formatos 16:9 y 9:16.

Actividad 1.2. Videos temáticos tipo Reels: Producción de veinte (20) videos verticales de 45 segundos c/u sobre aviturismo, ecoturismo, biculturalidad y gastronomía.

Actividad 1.3. Banco fotográfico profesional: Producción de un banco de 200 fotografías análogas y digitales de tradiciones y atractivos del destino.

Actividad 1.4. Videos temáticos de historia y cultura: Producción de dos (2) piezas de 1:30 minutos sobre la historia del municipio y su cultura local.

Componente 2: Plan de Medios ATL

Implementación de un plan de medios en canales tradicionales y digitales durante noventa (90) días, orientado a ampliar el alcance, la visibilidad y el posicionamiento de Mistrató como destino de aviturismo, biodiversidad, naturaleza, cultura local y ecoturismo en mercados nacionales priorizados.

Actividad 2.1. Pauta en redes sociales: Campaña digital multiplataforma en Meta, YouTube, Google, TikTok y X, durante 90 días, con segmentación geográfica y por intereses.

Actividad 2.2. Pauta en pantallas DOOH: Circuito de tres (3) pantallas LED en el Terminal de Transporte de Pereira, durante 90 días.

Actividad 2.3. Vallas publicitarias en Pereira: Dos (2) vallas de gran formato en corredores estratégicos de Pereira, durante 60 días cada una.

Actividad 2.4. Campaña con influenciadores: Dos (2) influenciadores de alcance nacional, durante 30 días.

Componente 3: Estrategia BTL

Ejecución de dos activaciones BTL de promoción turística en Pereira —una experiencia sensorial en centro comercial y una activación mayor en las Fiestas de la Cosecha— orientadas a visibilizar la oferta turística de Mistrató mediante vitrinas experienciales que integran diseño de stand, ambientación temática, material promocional, recursos audiovisuales, degustaciones, merchandising, personal de atención y guianza especializada.

Actividad 3.1. BTL en centro comercial de Pereira: Activación experiencial de un (1) día, stand modular tipo isla de 18 m² aprox., con ambientación de naturaleza y aviturismo.

Actividad 3.2. BTL en Fiestas de la Cosecha de Pereira: Activación de siete (7) días en la Plaza Cívica Ciudad Victoria, stand temático de 5x5 m (25 m²).

Componente 4: Viajes de Familiarización (Fam Trips)

Ejecución de la logística integral de dos viajes de familiarización, cada uno con diez (10) participantes y duración de cinco (5) días y cuatro (4) noches, dirigidos a periodistas, influenciadores, agencias mayoristas y DMC, para fortalecer el posicionamiento, difusión y comercialización de Mistrató como destino de aviturismo, naturaleza, biodiversidad y cultura local.

Actividad 4.1. Fam Trip 1 — Periodistas e influenciadores: Viaje dirigido a periodistas e influenciadores especializados en turismo de naturaleza y aves.

Actividad 4.2. Fam Trip 2 — Agencias mayoristas y DMC: Viaje dirigido a agencias mayoristas, operadores turísticos y DMC especializados en aviturismo y destinos culturales.

Componente 5: Participación en Ferias y Material Promocional

Participación institucional y comercial del municipio en la Vitrina Turística de ANATO 2027, principal escenario nacional de promoción y comercialización turística, complementada con la producción de una guía especializada de aves del municipio y de material POP promocional del destino, como herramientas de apoyo a la promoción, difusión y comercialización.

Actividad 5.1. Participación en la Vitrina Turística de ANATO 2027: Stand de hasta 32 m² y delegación de 13 personas (Pereira–Bogotá).

Actividad 5.2. Impresión de guía de aves del municipio: 200 ejemplares full color con encuadernación rústica, ISBN y versión digital interactiva.

Actividad 5.3. Producción de material POP promocional: 1.000 agendas, 1.000 sombrillas, 1.000 bolsas de café de origen y 1.000 totebags.

4. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS Y DESAGREGACIÓN DE ACTIVIDADES

La intervención se desagrega por Componente, Actividad y Aspecto a desarrollar, indicando la unidad de medida, la cantidad mínima y los días de duración de la ejecución de cada aspecto. Las cantidades y especificaciones constituyen mínimos de obligatorio cumplimiento. Los valores económicos hacen parte del presupuesto oficial del proceso, conforme al cronograma físico-financiero del documento técnico.

Los días indicados corresponden a la duración de ejecución de cada aspecto según la columna "Días" registrada en el presupuesto del proyecto.

1. Componente 1 — Producción de Contenidos y Material Promocional

Actividad 1.1. Video hero promocional del destino (2:00 min, formato 4K, 16:9 y 9:16)

Aspecto a desarrollar	Und.	Cant.	Días
Preproducción: deck de preproducción, guion técnico y storyboard (mínimo 24 viñetas) con plan de rodaje y acta de aprobación de la entidad antes del rodaje; scouting de locaciones (Páramo de Tatamá, senderos de aviturismo, cascadas y casco urbano) en cinco (5) jornadas, con levantamiento fotográfico geoetiquetado, fichas de acceso y carta de luz; casting y gestión de talento, voces y participación de la comunidad local, con consentimiento informado y cesión de derechos de imagen; y visita de preproducción y pruebas de equipo in situ.	Servicio	1	4
Equipo de producción: productor ejecutivo, director, asistente de dirección, productor de campo, director de fotografía, videógrafo (cámara B), operador de dron certificado RPAS (6 días), director de arte, sonidista de directo, asistente de cámara y foquista, gaffer e iluminadores, data manager/DIT y guía local con tarjeta profesional vigente y RNT activo.	Servicio	1	8
Requerimientos de producción: alquiler de cámara 4K, ópticas cine y monitores (3 equipos), dron y gimbals estabilizadores (2 equipos), iluminación y grip (3 equipos) y equipo de sonido directo (4 equipos); música andina de ambiente y derechos; utilería y ambientación; vestuario y caracterización (10 atuendos tradicionales y campesinos completos); transporte en vehículo 4x4 en zona rural (8 días); y permiso de licencia de filmación exigido por la Alcaldía de Mistrató.	Servicio	1	8
Viáticos del equipo de producción: alojamiento (12 personas x 7 noches), alimentación de almuerzo y cena (12 personas x 8 días) y catering de 2 refrigerios diarios (12 personas x 8 días).	Servicio	1	8
Posproducción: dirección de posproducción y edición/montaje, etalonaje (DCI-P3/Rec.2020), diseño de sonido, mezcla, música original y licencias, motion graphics y diseño de marca del destino, tres (3) reducciones (30, 15 y 10 s) con subtitulado ES/EN y masterización por plataforma (16:9, 9:16 y 1:1), locución y derechos de uso de imagen (cesión total e indefinida al municipio, catalogación IPTC/XMP y respaldo en nube mínimo de 24 meses), para la entrega de un (1) video hero de 2:00 minutos en 4K, formatos 16:9 y 9:16.	Video	1	15

Actividad 1.2. Veinte (20) videos temáticos tipo Reels (45 s c/u, vertical 9:16)

Aspecto a desarrollar	Und.	Cant.	Días
Preproducción y plan de contenidos, rodaje en campo durante 10 días con equipo compacto de cuatro (4) personas (realizador, cámara, sonido y dron), alquiler de dron y gimbals (2 equipos), transporte 4x4 en zona rural y guía local con tarjeta profesional vigente y RNT activo, edición, montaje, conformado 4K, etalonaje, diseño sonoro, música licenciada, motion graphics, subtitulado quemado, copy, llamados a la acción (CTA) y masterización por plataforma (16:9, 9:16 y 1:1), de	Unidad	20	10

Aspecto a desarrollar	Und.	Cant.	Días
veinte (20) videos temáticos tipo Reels de 45 segundos cada uno, en formato vertical 9:16, sobre los nichos de aviturismo, ecoturismo, biculturalidad y gastronomía.			

Actividad 1.3. Banco de 200 fotografías análogas y digitales

Aspecto a desarrollar	Und.	Cant.	Días
Producción fotográfica profesional (8 jornadas de campo con fotógrafo profesional y asistente de fotografía, cámara full frame de mínimo 45 MP y cámara análoga de 35 mm, en sesiones de aviturismo, paisajes, cultura local y tradiciones religiosas), transporte 4x4 en zona rural y guía local con tarjeta profesional vigente y RNT activo, edición y retoque profesional, corrección de color, catalogación IPTC/XMP, cesión total e indefinida de derechos de uso al municipio y respaldo en nube mínimo por 24 meses, de un (1) banco fotográfico de 200 fotografías finales editadas en alta resolución sobre los atractivos y experiencias del destino.	Fotografía	200	8

Actividad 1.4. Dos (2) videos temáticos de 1:30 min — nichos de Historia y Cultura

Aspecto a desarrollar	Und.	Cant.	Días
Preproducción: ejecución creativa y guion de las dos (2) piezas temáticas (historia del municipio y cultura), con tratamiento creativo, guion técnico y storyboard (mínimo 24 viñetas) y acta de aprobación de la entidad antes del rodaje.	Servicio	1	8
Producción y rodaje: equipo y dirección 4K (3 personas) con entrevistas multicámara y planos de apoyo con dron certificado, alquiler de equipo 4K, dron y sonido (3 equipos), transporte en vehículo 4x4 en zona rural y guía local con tarjeta profesional vigente y RNT activo, con las autorizaciones, consentimientos informados y cesiones de derechos de imagen requeridos.	Servicio	1	5
Posproducción: edición, montaje y conformado 4K, etalonaje, diseño de sonido, música, motion graphics y subtitulado, locución, derechos de uso y masterización por plataforma (16:9, 9:16 y 1:1), de dos (2) videos temáticos de 1:30 minutos sobre la historia del municipio y su cultura local.	Video	2	15

2. Componente 2 — Plan de Medios ATL

Actividad 2.1. Pauta en redes sociales — 90 días (Meta, YouTube, Google, TikTok y X)

Aspecto a desarrollar	Und.	Cant.	Días
Ejecución de campaña digital multiplataforma durante noventa (90) días en Meta Ads (Facebook e Instagram, formatos Feed 1:1 y 4:5, Reels, Stories 9:16 y carrusel), YouTube Ads (TrueView In-Stream de 15 y 30 segundos y Bumper Ads de 6 segundos), Google Ads (red de búsqueda con palabras clave del destino y red display con banners responsivos y remarketing), TikTok Ads (In-Feed Video 9:16 y Spark Ads) y X Ads (Promoted Video y Promoted Posts), con segmentación geográfica y por intereses (naturaleza, viajes, aviturismo). Incluye configuración, gestión y operación diaria de campaña, optimización, pruebas A/B de creativos, community management, adaptación de piezas por plataforma y reportería mensual con tablero de resultados tipo Looker Studio o equivalente (alcance, impresiones, CTR, CPM, CPV, frecuencia y conversiones).	Mes	3	90

Actividad 2.2. Pauta en pantallas DOOH del Terminal de Transporte de Pereira — 90 días

Aspecto a desarrollar	Und.	Cant.	Días
Arrendamiento, programación y monitoreo de un circuito de tres (3) pantallas LED indoor full color (formato 16:9, resolución 1920×1080, pitch P3.9, brillo ≥ 800 nits) ubicadas en zonas de alto flujo del Terminal de Transporte de Pereira (taquillas, salas de espera y accesos), durante noventa (90) días, con exhibición de un (1) spot animado de 15 segundos (máster 1920×1080, MP4 H.264) en loop rotativo (aprox. 20 pases/hora por pantalla, 18 horas/día). Incluye producción del spot en motion graphics y su adaptación a la resolución de cada una de las tres (3) pantallas, y verificación de pauta mediante registro fotográfico, registro fílmico, log de reproducción por pantalla, conteo estimado de impactos y certificado de exhibición.	Pantalla	3	90

Actividad 2.3. Pauta en 2 vallas publicitarias en vías principales de Pereira — 60 días

Aspecto a desarrollar	Und.	Cant.	Días
Arrendamiento e impresión de lonas de dos (2) vallas publicitarias de gran formato en corredores estratégicos de alto flujo vehicular de Pereira —Valla 1 en Av. 30 de Agosto / Av. de las Américas y Valla 2 en Autopista del Café / acceso a Pereira—, en lona front-lit o back-lit de 13 oz, con impresión digital de alta resolución, refuerzos y ojetes, durante sesenta (60) días cada una, con los permisos de publicidad exterior visual correspondientes.	Valla	2	60

Actividad 2.4. Pauta con 2 influenciadores de alcance nacional — 30 días

Aspecto a desarrollar	Und.	Cant.	Días
Vinculación, coordinación de campaña y seguimiento de dos (2) influenciadores de alcance nacional (alcance combinado igual o superior a 1,5 millones de seguidores), durante treinta (30) días. La campaña incluye publicaciones semanales que suman ocho (8) Reels/TikTok (30–60 s), dieciséis (16) Stories, cuatro (4) publicaciones en feed y dos (2) videos largos en IG, acompañadas de banco digital de fotografías y videos, y la coordinación de campaña (calendario editorial, seguimiento, validación de contenidos, monitoreo de métricas e informe final de resultados).	Influenciador	2	30

3. Componente 3 — Estrategia BTL

Actividad 3.1. BTL en centro comercial de Pereira (1 día) — experiencia inmersiva sensorial

Aspecto a desarrollar	Und.	Cant.	Días
Arrendamiento del espacio (plazoleta de alto tránsito en centro comercial de Pereira), render 3D y planimetría, diseño, producción, montaje y desmontaje de un stand modular tipo isla de aproximadamente 18 m² (perfilería tipo Octanorm o equivalente, paneles MDF de 18 mm, altura aprox. 2,50 m, piso tipo tarima con moqueta ignífuga, backdrop iluminado y mobiliario temático de naturaleza y aviturismo), incluyendo logística y transporte de la estructura.	Unidad	1	1
Ayudas audiovisuales y técnicas: pantalla LED indoor de aproximadamente 6 m², sistema de sonido profesional (line array compacto, consola digital y microfonía inalámbrica), tablet de experiencia inmersiva de aviturismo de mínimo 10 pulgadas (soporte tipo tótem antirrobo) y planta eléctrica insonorizada con cableado encauchetado y protección diferencial.	Unidad	1	1

Aspecto a desarrollar	Und.	Cant.	Días
Material promocional: 500 brochures full color (tríptico, propalcote), 500 flyers full color, 500 pines metálicos de 38 mm y 500 postales full color (10x15 cm), más muestras de café de origen del municipio (mínimo 300 porciones de 90 ml, con barista y manipulación BPM).	Unidad	1	1
Personal de activación: dos (2) anfitrionas/impulsadoras uniformadas y capacitadas, un (1) guía experto en aviturismo con tarjeta profesional vigente y RNT activo, y un (1) coordinador logístico responsable de montaje, permisos, cronograma y reporte fotográfico.	Persona	4	1

Actividad 3.2. BTL en Fiestas de la Cosecha de Pereira (7 días) — Plaza Cívica Ciudad Victoria

Aspecto a desarrollar	Und.	Cant.	Días
Render 3D y planimetría, diseño, producción, montaje y desmontaje de un stand temático de 5 x 5 metros (25 m²) en la Plaza Cívica Ciudad Victoria de Pereira (perfilería de aluminio, paneles MDF, altura aprox. 3 m, cenefa perimetral), backdrop de gran formato en lona banner con iluminación LED de acento, barra de café temática, zona fotográfica con backing y props, y ambientación de naturaleza y aviturismo, con arrendamiento del montaje por metraje durante 7 días.	Unidad	1	7
Ayudas audiovisuales y técnicas: pantalla LED outdoor P4.8, sistema de sonido profesional (line array, consola digital y microfonía inalámbrica), planta eléctrica insonorizada y tablet de trivia interactiva de aviturismo (soporte tipo tótem antirrobo), con un (1) operador técnico audiovisual durante los 7 días.	Unidad	1	7
Material promocional: 1.000 brochures full color, 1.000 flyers full color, 500 pasaportes de experiencias (cuadernillo tipo pasaporte, propalcote 200 g, con sellos por estación), 200 tote bags en lona de algodón y 500 pines metálicos, más muestras de café de origen del municipio (mínimo 1.500 porciones de 90 ml en 7 días, con barista y manipulación BPM).	Unidad	1	7
Personal de activación: un (1) coordinador logístico, tres (3) anfitriones de destino uniformados y un (1) guía experto en aviturismo con tarjeta profesional vigente y RNT activo, durante los 7 días, incluyendo transporte de estructura y equipos en camión cerrado (2 servicios).	Persona	5	7

4. Componente 4 — Viajes de Familiarización (Fam Trips)

Actividad 4.1. Fam Trip 1 — Periodistas e influenciadores de turismo de naturaleza y aves

Aspecto a desarrollar	Und.	Cant.	Días
Ejecución integral del primer viaje de familiarización para diez (10) periodistas e influenciadores especializados en turismo de naturaleza, con duración de cinco (5) días y cuatro (4) noches: tiquetes aéreos ida y regreso desde la ciudad de origen hasta Pereira (tarifa con maleta de 23 kg), transporte interno en van o vehículo 4x4 durante los 5 días (traslados aeropuerto–alojamiento en Mistrató y recorridos internos a lugares como el Parque Principal de Mistrató, la Iglesia Nuestra Señora del Carmen, la Casa de la Cultura, el Mercado Campesino y establecimientos gastronómicos tradicionales), refrigerios e hidratación (2 por día x 5 días x 10 participantes), alojamiento en habitación sencilla (10 participantes x 4 noches, incluye desayuno), alimentación de almuerzo y cena (10 participantes x 5 días), ingreso a sitios y experiencias de aviturismo y naturaleza, guianza especializada con tarjeta profesional vigente y RNT activo (5 días) y tarjetas de asistencia médica (10 participantes x 5 días).	Viaje (10 participantes)	1	5

Actividad 4.2. Fam Trip 2 — Agencias mayoristas y DMC de aviturismo y destinos culturales

Aspecto a desarrollar	Und.	Cant.	Días
Ejecución integral del segundo viaje de familiarización para diez (10) representantes de agencias mayoristas y Destination Management Companies (DMC) especializadas en aviturismo y turismo cultural, con duración de cinco (5) días y cuatro (4) noches: tiquetes aéreos ida y regreso hasta Pereira, transporte interno en van o vehículo 4x4 durante los 5 días (recorridos internos a lugares como el Bosque Altoandino, miradores naturales, quebradas y cascadas, y corredores biológicos), refrigerios e hidratación (2 por día x 5 días x 10 participantes), alojamiento en habitación sencilla (10 participantes x 4 noches, incluye desayuno), alimentación de almuerzo y cena (10 participantes x 5 días), ingreso a sitios y experiencias de aviturismo y paisajes culturales, guianza especializada con tarjeta profesional vigente y RNT activo (5 días) y tarjetas de asistencia médica (10 participantes x 5 días), orientado a facilitar la inclusión de Mistrató en portafolios, rutas y circuitos turísticos.	Viaje (10 participantes)	1	5

5. Componente 5 — Participación en Ferias y Material Promocional

Actividad 5.1. Participación en la Vitrina Turística de ANATO 2027

Aspecto a desarrollar	Und.	Cant.	Días
Alquiler de espacio de hasta 32 m² e inscripción de expositor y derechos de participación, y producción, montaje y desmontaje de un stand de construcción libre de hasta 32 m² (perfilería de aluminio, MDF de 18 mm, piso técnico, iluminación escénica, pantalla, planos firmados por ingeniero y certificación RETIE cuando aplique), en la Vitrina Turística de ANATO 2027 (Bogotá).	Unidad	1	4
Tiquetes aéreos Pereira–Bogotá ida y regreso para una delegación institucional y de prestadores de trece (13) personas (tarifa con maleta de 23 kg), transporte terrestre durante 4 días (recorridos municipio–aeropuerto y aeropuerto–hotel–recinto), alojamiento (13 personas x 3 noches) y alimentación de tres tiempos (13 personas x 4 días).	Persona	13	4
Tarjetas de asistencia médica de 24 horas para las 13 personas de la delegación durante el viaje.	Persona	13	4

Actividad 5.2. Diseño editorial, producción e impresión de la guía de aves del municipio

Aspecto a desarrollar	Und.	Cant.	Días
Corrección de estilo y aprobación de artes, impresión de interiores full color (papel propalcote 150 g, 120 páginas, impresión offset 4x4), portada y contraportada en propalcote 300 g con plastificado mate y UV selectivo, encuadernación rústica hot melt (lomo cuadrado), gestión de ISBN y depósito legal, control de calidad, empaque y embalaje individual, y distribución con acta de recibo de doscientos (200) ejemplares, más una (1) versión digital interactiva en PDF enriquecido con índice navegable y optimización para web.	Ejemplar	200	30

Actividad 5.3. Producción de material POP promocional del destino

Aspecto a desarrollar	Und.	Cant.	Días
Producción de 1.000 agendas formato A5, con tapa dura en leatherette, interiores en papel bond y brandeo full color.	Unidad	1.000	30
Producción de 1.000 sombrillas plegables de 8 varillas, fibra de vidrio, poliéster 190T con tratamiento UV50+ e impresión full color por sublimación en los 8 paneles.	Unidad	1.000	30
Producción de 1.000 bolsas de café de origen del municipio, de 200 g, en kraft metalizado laminado de tres capas, con válvula desgasificadora, cierre zip resellable y brandeo full color.	Unidad	1.000	30
Producción de 1.000 totebags en lona de algodón 100% de 340 g/m², asas reforzadas, tamaño aproximado 38x42 cm, con impresión full color por sublimación en ambas caras.	Unidad	1.000	30

5. CUADRO RESUMEN DE METAS FÍSICAS POR ACTIVIDAD

El siguiente cuadro consolida las metas físicas mínimas por actividad, expresadas como entregables verificables con su unidad de medida y cantidad, con base en los indicadores de producto del documento técnico. Constituyen mínimos de obligatorio cumplimiento para la ejecución del contrato.

Actividad	Meta física (entregable)	Unidad	Cant.
Componente 1 — Producción de Contenidos y Material Promocional			
Actividad 1.1. Video hero	Video hero promocional (2:00 min, 4K)	Video	1
Actividad 1.2. Reels	Videos tipo Reels (45 s, 9:16)	Video	20
Actividad 1.3. Banco fotográfico	Fotografías profesionales del destino	Fotografía	200
Actividad 1.4. Videos temáticos	Videos temáticos Historia y Cultura (1:30 min)	Video	2
Componente 2 — Plan de Medios ATL			
Actividad 2.1. Redes sociales	Días de pauta digital activa	Días	90
Actividad 2.2. DOOH Terminal de Pereira	Días de pauta DOOH	Días	90
Actividad 2.3. Vallas Pereira	Vallas publicitarias instaladas	Valla	2
Actividad 2.3. Vallas Pereira	Días de vallas activas (c/u)	Días	60
Actividad 2.4. Influenciadores	Influenciadores nacionales vinculados	Influenciador	2
Actividad 2.4. Influenciadores	Publicaciones de influenciadores	Publicación	30
Componente 3 — Estrategia BTL			
Actividad 3.1. BTL centro comercial	Activación en centro comercial de Pereira	Día	1
Actividad 3.2. BTL Fiestas de la Cosecha	Activación en Fiestas de la Cosecha	Días	7
Actividad 3.1 y 3.2	Activaciones BTL ejecutadas	Activación	2
Componente 4 — Viajes de Familiarización			

Actividad	Meta física (entregable)	Unidad	Cant.
Actividad 4.1 y 4.2	Viajes de familiarización ejecutados	Viaje	2
Actividad 4.1 y 4.2	Participantes en Fam Trips	Persona	20
Componente 5 — Participación en Ferias y Material Promocional			
Actividad 5.1. ANATO 2027	Participación en feria turística nacional	Feria	1
Actividad 5.2. Guía de aves	Guías de aves impresas	Ejemplar	200
Actividad 5.2. Guía de aves	Versión digital interactiva de la guía	Versión	1
Actividad 5.3. Material POP	Agendas promocionales producidas	Unidad	1.000
Actividad 5.3. Material POP	Sombrillas promocionales producidas	Unidad	1.000
Actividad 5.3. Material POP	Bolsas de café promocionales producidas	Unidad	1.000
Actividad 5.3. Material POP	Totebags promocionales producidos	Unidad	1.000

6. PRODUCTOS, ENTREGABLES Y CRITERIOS DE ACEPTACIÓN

El contratista deberá entregar los siguientes productos con sus soportes verificables. Todos los entregables serán revisados y aprobados por el supervisor del contrato como condición previa a su difusión, publicación o pago.

Ítem	Producto	Descripción	Criterio de aceptación
P1	**Video hero promocional del destino**	Video cinematográfico de 2:00 minutos en 4K, formatos 16:9 y 9:16, con reducciones de 30/15/10 s.	Un (1) video aprobado por el supervisor, con guion, storyboard, cesiones de derechos, subtitulado ES/EN y masterización por plataforma.
P2	**Videos tipo Reels**	Veinte (20) piezas verticales de 45 segundos sobre aviturismo, ecoturismo, biculturalidad y gastronomía.	20 videos entregados en formatos 9:16, 1:1 y 16:9, con subtítulos, motion graphics y CTA, aprobados por el supervisor.
P3	**Banco fotográfico profesional**	200 fotografías análogas y digitales editadas en alta resolución.	200 fotografías finales, catalogadas (IPTC/XMP), con cesión de derechos de uso y respaldo en nube mínimo 24 meses.
P4	**Videos temáticos de Historia y Cultura**	Dos (2) piezas de 1:30 minutos con entrevistas y registro en campo.	2 videos entregados con guiones aprobados, autorizaciones y cesiones de derechos de imagen, subtitulados y masterizados.
P5	**Informe de campaña digital multiplataforma**	Reporte de pauta en Meta, YouTube, Google, TikTok y X durante 90 días.	Informes mensuales con métricas verificables (alcance, impresiones, CTR, CPM, CPV, conversiones) y tablero de resultados.
P6	**Certificado de exhibición DOOH**	Pauta en circuito de 3 pantallas LED del Terminal de Transporte de Pereira durante 90 días.	Certificado de exhibición, log de reproducción por pantalla y registro fotográfico/fílmico de verificación.
P7	**Registro de instalación y exhibición de vallas**	Dos (2) vallas publicitarias en Pereira, 60 días de exhibición cada una.	Contrato o certificación del medio, permisos, registro fotográfico de instalación y evidencia de permanencia.
P8	**Informe de campaña con influenciadores**	Dos (2) influenciadores nacionales, 30 publicaciones en 30 días.	Contratos, calendario editorial, capturas y métricas de las publicaciones, e informe final consolidado.
P9	**Informe de activación BTL — centro comercial de Pereira**	Activación experiencial de 1 día, stand de 18 m² aprox.	Acta de montaje, render y planimetría aprobados, registro fotográfico, registro de afluencia y actas de entrega de material.
P10	**Informe de activación BTL — Fiestas de la Cosecha de Pereira**	Activación de 7 días, stand temático de 25 m² en Plaza Cívica Ciudad Victoria.	Acta de montaje, registro fotográfico, registros de atención, soportes de entrega de material e informe de operación.
P11	**Informe Fam Trip 1 — Prensa e influenciadores**	Viaje de familiarización de 5 días / 4 noches para 10 participantes.	Listados de asistencia, agenda, registros fotográficos, publicaciones/enlaces generados e informe de resultados.
P12	**Informe Fam Trip 2 — Agencias mayoristas y DMC**	Viaje de familiarización de 5 días / 4 noches para 10 representantes comerciales.	Listados de asistencia, agenda comercial, base de contactos, actas de relacionamiento e informe final.
P13	**Informe de participación en ANATO 2027**	Stand de hasta 32 m², delegación de 13 personas.	Certificado de participación, contrato de espacio, acta de montaje, registro fotográfico, agenda comercial, base de contactos e informe de participación.

Ítem	Producto	Descripción	Criterio de aceptación
P14	**Guía de aves del municipio de Mistrató**	200 ejemplares impresos y versión digital interactiva.	Artes aprobadas, ISBN y depósito legal, acta de entrega de los 200 ejemplares y archivo digital o URL de la versión interactiva.
P15	**Agendas promocionales del destino**	1.000 agendas A5 con identidad visual del destino.	Acta de entrega, registro fotográfico y muestra física conforme a especificaciones.
P16	**Sombrillas promocionales**	1.000 sombrillas plegables con impresión full color.	Acta de entrega, registro fotográfico y muestra física conforme a especificaciones.
P17	**Bolsas de café de origen promocional**	1.000 bolsas de 200 g con brandeo del destino.	Acta de entrega, registro fotográfico, muestra física y soporte de producción.
P18	**Totebags promocionales**	1.000 totebags en lona de algodón con impresión full color.	Acta de entrega, registro fotográfico y muestra física conforme a especificaciones.

7. CONDICIONES TÉCNICAS Y DE CALIDAD DE LOS ENTREGABLES

Las siguientes condiciones técnicas y de calidad son de obligatorio cumplimiento durante el desarrollo del contrato y aplican a la producción y entrega de cada producto. El supervisor podrá rechazar los entregables que no cumplan estos requisitos y solicitar su corrección sin costo adicional para la entidad.

7.1. Requisitos técnicos de entrega por tipo de producto

Tipo de producto	Especificaciones mínimas de calidad	Formatos de entrega
Video hero (pieza principal)	Resolución mínima 4K UHD (3840x2160), 25–30 fps, audio a 48 kHz; corrección de color y diseño sonoro con música licenciada; guion y narrativa aprobados.	Máster en formato profesional de alta calidad y difusión en MP4 (H.264/H.265); versiones 16:9 y 9:16; reducciones de 30, 15 y 10 s; subtítulos ES/EN (.srt).
Reels y videos temáticos	Alta definición (mínimo 1080p, conformado 4K cuando aplique); musicalización con licencia de uso; subtitulados.	MP4 (H.264); versiones vertical (9:16), horizontal (16:9) y cuadrada (1:1) optimizadas para redes sociales.
Banco fotográfico	Alta resolución; edición, retoque y corrección de color con estilo editorial; catalogación IPTC/XMP.	Archivos editados en alta resolución; cesión de derechos de uso; respaldo en nube mínimo 24 meses.
Guía de aves (impreso)	Interiores en propalcote 150 g (120 páginas, offset 4x4); portada y contraportada en propalcote 300 g, plastificado mate y UV selectivo; encuadernación rústica hot melt.	200 ejemplares físicos empacados y embalados individualmente; versión digital en PDF enriquecido con índice navegable.
Material POP	Materiales y acabados según ítem (leatherette, poliéster 190T con UV50+, kraft metalizado con válvula, lona de algodón 340 g/m²); impresión full color por sublimación o equivalente.	1.000 unidades por ítem (agendas, sombrillas, bolsas de café, totebags), con identidad visual unificada del destino.
Plan de medios y pauta	Segmentación por público y mercados priorizados; optimización continua; cumplimiento de políticas de cada plataforma.	Reportes con métricas verificables (alcance, impresiones, CTR, CPM, CPV, conversiones) y evidencias (capturas y certificados de medios/pauta).

7.2. Condiciones de las actividades de comercialización, activaciones y ferias

- ANATO 2027: montaje y operación del stand según los estándares del recinto ferial, agenda comercial documentada, y registro de contactos estratégicos.
- Activaciones BTL (centro comercial y Fiestas de la Cosecha): permiso o contrato del espacio, render 3D y planimetría aprobados previamente, registro de afluencia y registro fotográfico de montaje y operación.
- Fam Trips: agenda de recorridos con guianza especializada con RNT activo, condiciones de transporte, alojamiento, alimentación y asistencia médica para los participantes, y generación de contenidos, menciones o reseñas del destino.
- Producción audiovisual y fotográfica: guías con tarjeta profesional vigente y RNT activo; uso de elementos culturales o comunitarios con soportes de autorización, consentimiento informado y cesión de derechos de imagen.

7.3. Informes y soportes

El contratista presentará informes técnicos parciales y un informe final que documenten el avance y cumplimiento de cada actividad, acompañados de los soportes verificables: registro fotográfico y audiovisual, listados de asistencia, métricas de pauta, actas, bases de datos de contactos y evidencias de ejecución. Los informes se entregarán en formato editable y en PDF, en medio digital y físico cuando la entidad lo requiera.

8. CONDICIONES DE ENTREGA, DERECHOS DE AUTOR Y APROBACIÓN

- Aprobación previa: ningún producto, pieza o material podrá difundirse, publicarse o distribuirse sin la revisión y aprobación previa del supervisor del contrato.
- Derechos de autor: los derechos patrimoniales de autor sobre las obras, piezas, contenidos, manuales y bases de datos desarrollados en ejecución del contrato pertenecerán al Municipio de Mistrató, que podrá usarlos, reproducirlos y difundirlos sin limitación de tiempo ni territorio.
- Derechos de terceros: el contratista garantizará contar con las licencias y autorizaciones necesarias sobre música, talentos, imágenes y demás obras de terceros empleadas, y aportará los respectivos soportes.
- Entrega final: al finalizar el contrato, el contratista entregará todos los archivos fuente y finales, el banco de contenidos audiovisuales y fotográficos, las piezas comunicacionales, las bases de datos y demás activos generados.
- Protección de datos: el tratamiento de datos personales recolectados (participantes de Fam Trips, contactos comerciales, asistentes a activaciones) se realizará conforme a la Ley 1581 de 2012 y sus normas reglamentarias.

9. CRONOGRAMA GENERAL DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución del proyecto es de diez (10) meses. La ejecución se desarrollará en fases articuladas, conforme al cronograma físico-financiero del documento técnico. El contratista presentará, dentro de los primeros quince (15) días, un plan de trabajo y cronograma detallado para aprobación del supervisor.

Fase	Actividades principales	Periodo aprox.
Fase 1. Planeación y arranque	Plan de trabajo, cronograma detallado, alistamiento operativo e inicio de la producción de contenidos.	Mes 1

Fase	Actividades principales	Periodo aprox.
Fase 2. Producción de contenidos	Video hero, videos tipo Reels, banco fotográfico y videos temáticos de historia y cultura.	Meses 1–4
Fase 3. Producción editorial y material POP	Diseño, impresión de la guía de aves y producción del material POP promocional.	Mes 3
Fase 4. Plan de medios ATL y digital	Pauta digital multiplataforma, DOOH en Terminal de Pereira, vallas publicitarias y campaña con influenciadores.	Meses 4–6
Fase 5. Comercialización y relacionamiento	Fam Trip 1, participación en ANATO 2027 y Fam Trip 2.	Meses 6–8
Fase 6. Activaciones BTL y cierre	BTL en centro comercial de Pereira, BTL en Fiestas de la Cosecha e informes finales.	Meses 7 y 9

_____

Juan Alejandro Sánchez Morales
Secretario de Planeación
Municipio de Mistrató, Risaralda