INFORME DE ACTIVIDADES FINAL CONTRATO 376 DEL 02 SEPTIEMBRE 2025

COOPERATIVA MULTIACTIVA DE SERVICIOS COOPSERVICES
NIT: 844001177-1

OBJETO: DISEÑAR Y EJECUTAR CAMPAÑA ESTARTEGICA DE POSICIONAMIENTO TURISTICO DE LA MARCA DESTINO TAURAMENA, CON EL OBJETIVO DE INCENTIVAR A LOS VIAJEROS A VISITAR NUESTRO MUNICIPIO

DEPARTAMENTO DE CASANARE
MUNICIPIO DE TAURAMENA

SECRETARIA DE DESARROLLO ECONOMICO

ASPECTOS TECNICOS DEL INFORMA FINAL

En cumplimiento del objeto contractual **"Diseñar y ejecutar campaña estratégica de posicionamiento turístico de la marca destino Tauramena, con el objetivo de incentivar a los viajeros a visitar nuestro municipio"**, se desarrollaron acciones estratégicas y operativas orientadas a la promoción turística y al fortalecimiento del reconocimiento del municipio como destino turístico del departamento de Casanare.

Las actividades ejecutadas se centraron en la **realización de muestras culturales y eventos de bienvenida en el aeropuerto El Alcaraván de la ciudad de Yopal**, con el propósito de generar una experiencia directa con los visitantes y difundir los atractivos naturales, culturales y humanos de Tauramena.

Planeación y coordinación

- Se efectuó la **planeación técnica y logística** de las actividades promocionales, incluyendo la coordinación con entidades municipales y actores del sector turístico.
- Se definieron los **mensajes clave y elementos visuales** coherentes con la identidad de la marca destino "Tauramena".
- Se elaboró un **plan de ejecución** que integró aspectos de cultura, hospitalidad, identidad local y sostenibilidad.

Ejecución de las actividades

- Se desarrollaron **muestras culturales representativas del municipio**, destacando la música llanera, la danza tradicional y la promoción turística
- Se llevaron a cabo **jornadas de bienvenida en el aeropuerto El Alcaraván de Yopal**, en puntos estratégicos de llegada de visitantes, donde se ofreció información turística, material promocional y presentaciones artísticas alusivas a Tauramena
- Se promovió la **interacción con los viajeros**, generando experiencias positivas y un primer contacto cultural que despertó el interés por visitar el municipio

Resultados y logros

- **Alta visibilidad** de la marca destino Tauramena entre viajeros nacionales y regionales que arribaron a la ciudad de Yopal.
- **Posicionamiento cultural** del municipio como territorio de identidad llanera, hospitalidad y tradiciones vivas.
- **Vinculación de artistas y gestores culturales locales**, generando apropiación y sentido de pertenencia.
- **Aumento en el interés turístico** hacia el municipio, evidenciado por las consultas e interacciones durante los eventos.

Conclusiones técnicas

La ejecución de la campaña permitió consolidar una estrategia efectiva de promoción turística vivencial, integrando cultura, identidad y comunicación directa con el visitante.
Las muestras culturales y las jornadas de bienvenida en el aeropuerto de Yopal representaron una acción de alto impacto simbólico y promocional, proyectando a Tauramena como un destino turístico auténtico, acogedor y lleno de tradición llanera.

INFORME DE ACTIVIDADES FINAL 376 DEL 02 SEPTIEMBRE 2025

Mediante el presente informe final del contrato 376 del 02 septiembre 2025 Que tiene como objeto: **diseñar y ejecutar campaña estratégica de posicionamiento turístico de la marca destino Tauramena, con el objetivo de incentivar a los viajeros a visitar nuestro municipio,** en el presente informe se sustenta las actividades realizadas mediante la ejecución del contrato.

Información general del contrato

NUMERO DE CONTRATO:	376 DEL 02 SEPTIEMBRE 2025
CONTRATISTA:	COOPERATIVA MULTIACTIVA DE SERVICIOS COOPSERVICES
VALOR INICIAL:	$24.307.492
PLAZO DE EJECUCION:	UN (1) MES Y QUINCE (15) DIAS
PLAZO FINAL:	UN (1) MES Y QUINCE (15) DIAS
FECHA DE INICIACION:	12 SEPTIEMBRE 2025
FECHA DE VENCIMIENTO:	26 DE OCTUBRE DE 2025
PERIODO DE INFORME:	12 DE SEPTIEMBREAL 26 OCTUBRE 2025
FECHA DEL PRESENTE:	11 DE NOVIEMBRE DE 2025
SUPERVISOR:	JUAN CARLOS HERRERA BARRERA
APOYO A LA SUPERVISIÓN:	MIYER HUMBERTO CALDERON ABADIA

DESCRIPCION DE LOS PRODUCTOS ENTREGADOS, EN CALIDAD Y CANTIDAD SEGÚN ESPECIFICAIONES TECNICAS DEL CONTRATO 376 DEL 02 SEPTIEMBRE 2025

diseñar y ejecutar campaña estratégica de posicionamiento turístico de la marca destino Tauramena, con el objetivo de incentivar a los viajeros a visitar nuestro municipio

No.	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD
1	Realizar el diseño de la campaña	Global	1
2	Garantizar la coordinación de la campaña	mes	1.5
3	Transporte de servicio público especial por día (Vehículo tipo campero Pic Kup 4x4, Camioneta o similar con cilindraje de 2000 CC. hasta 3600 CC. incluye costos de mantenimiento, conductor y combustible).	día	4
4	*Servicio de Transporte de carga camión NPR incluye cargue y descargue de punto de información y TV con tamaño superior a 60"	día	4
5	Bolsas Ecológicas con publicidad de mínimo 30x30cm, fuelle 15 cm, cocida y marca incluye QR de Chat Bot	Unid	2000

DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES CONTRACTUALES

1. Realizar el diseño de la campaña
2. Garantizar la coordinación de la campaña
3. Transporte de servicio público especial por día (vehículo tipo campero pick kup 4*4 Camioneta o similar con cilindraje de 2000 CC. hasta 3600 CC incluye costos de mantenimiento, conductor y combustible).
4. Servicio de transporte de carga camión NPR incluye cargue y descargue de punto de información y TV con tamaño superior a 60"
5. Bolsas ecológicas con publicidad de mínimo 30x30cm, fuelle 15 cm, cocida y marca incluye QR de ChatBot

DESCRIPCION Y EVIDENCIA DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS

No.	ACTIVIDADES REALIZADAS		EVIDENCIAS/ SOPORTES
Obligación	**No. De actividades de la Obligación**		
1	1	Se establecer la estrategia de posicionamiento de la marca destino "DESTINO TAURAMENA", mediante acciones de promoción y visibilizarían en el Aeropuerto El Alcaraván de Yopal, en fechas estratégicas de recepción de vuelos nacionales. El documento define los objetivos, estrategias, materiales promocionales y cronograma de ejecución que permitirán consolidar una experiencia de bienvenida memorable para los visitantes, proyectando una imagen positiva, atractiva y coherente del destino ante el público nacional y potencialmente internacional. La creación del documento responde a la necesidad de fortalecer el reconocimiento y posicionamiento del destino turístico Tauramena dentro del corredor turístico del Casanare, promoviendo su inclusión activa en las estrategias de desarrollo económico y cultural del departamento. El aeropuerto constituye un punto estratégico de contacto directo con el turista, donde la primera impresión del territorio puede incidir significativamente en la percepción del destino y en la decisión de volver o recomendar la experiencia.	**Anexo 1.1** Documento de diseño de la estrategia
2	2	Para la implementación de la campaña de posicionamiento de la marca destino "DESTINO TAURAMENA" requiere la articulación de diversas acciones logísticas, comunicativas y operativas entre	**Anexo 2.1** Registro fotográfico

		entidades municipales, prestadores de servicios turísticos, grupos culturales y medios de comunicación. Por ello se hizo necesaria la vinculación de un coordinador especializado, quien garantice la adecuada planeación, ejecución y seguimiento de las actividades previstas dentro del cronograma de promoción turística. El coordinador permitió centralizar los procesos de comunicación, supervisar la producción y entrega de materiales promocionales, coordinar la participación de artistas y personal operativo. De esta manera, su participación asegura eficiencia, coherencia y calidad en la ejecución de la campaña, fortaleciendo el impacto del posicionamiento de la marca destino y optimizando los recursos humanos y financieros involucrados. EL **15 de septiembre** desde las 6 am hasta las 03:00 se realizó bienvenida con muestras culturales, en el aeropuerto el alcaraván de Yopal en el cual a cada uno de los pasajeros se les daba información turística con volantes y publicidad de algunos prestadores turísticos esta se entregó en un bolso que también contaba con el código QR, actividad que fue acogida por los pasajeros del vuelo Clic, Latam y Avianca. El **19 de septiembre** desde las 6:20 a.m. hasta las 12:30 se realizó bienvenida a las aerolíneas Latam, Avianca y Satena, se compartió con los pasajeros de las diferentes aerolíneas los cuales mostraron interés visitar a Tauramena en las vacaciones además de eso tomar contactos de las agencias de viajes de Tauramena	**Anexo 2.2** Registro fotográfico **Anexo 2.3** Registro fotográfico

		El 24 de septiembre 2:20 p.m. se realizó bienvenida en el aeropuerto el Alcaraván donde se dio bienvenida a los pasajeros de la aerolínea Satena, en el cual se evidencio la llegada de extranjeros que mostraron gran interés por elegir a Tauramena como destino turístico en los próximos meses, además ese día el aplicativo chatbot registro una actividad de visitas de 2119 interacciones lo que nos deja en evidencia que la campaña es efectiva. El **día 15 de octubre** se realizó bienvenida desde las 6:20 a.m. hasta las 12:30 donde se presentaron muestras culturales a las aerolíneas Latam, Avianca y Satena, se compartió con los pasajeros de las diferentes aerolíneas los cuales mostraron interés visitar a Tauramena en las vacaciones además de eso tomar contactos de las agencias de viajes de Tauramena	**Anexo 2.4** Registro fotográfico **Anexo 2.5** Registro fotográfico
3	3	La ejecución de la campaña de posicionamiento de marca destino "DESTINO TAURAMENA" contempló la realización de actividades promocionales y de bienvenida en el Aeropuerto El Alcaraván de Yopal, en las fechas 15, 19 y 24 de septiembre y el 15 de octubre de 2025, con la participación del equipo técnico, logístico y cultural encargado de la promoción turística del municipio. Se garantizo el cumplimiento oportuno del cronograma y la movilidad segura del personal y materiales requeridos (volantes, bolsos promocionales, elementos de ambientación y presentaciones culturales),	**Anexo 3.1** Registro fotográfico

		se realizó el traslado del equipo logístico y de promoción desde Tauramena hasta Yopal y viceversa en las tres fechas programadas. La movilización de elementos publicitarios, material audiovisual, vestuario y equipos de apoyo utilizados en la campaña. El cumplimiento puntual de las jornadas de bienvenida en el aeropuerto, las cuales se desarrollaron en horarios de vuelo de alta exigencia (6:20 a.m. y 2:20 p.m.). Garantizar la seguridad y bienestar del personal participante, evitando contratiempos por condiciones de transporte inadecuadas o falta de disponibilidad vehicular.	
4	4	Para el correcto desarrollo de estas actividades, fue necesario disponer de los elementos de apoyo logístico y visual, tales como el punto de información turística, estructuras modulares, mobiliario, pendones, televisor de gran formato (superior a 60 pulgadas) y demás recursos de ambientación. Dada la dimensión, peso y volumen de estos elementos, se requirió la contratación de un servicio de transporte de carga tipo camión NPR, que garantizara el traslado seguro, adecuado y oportuno del material desde el municipio de Tauramena hasta el aeropuerto de Yopal y su respectivo retorno. El servicio contratado incluyó: Cargue y descargue del material promocional en cada jornada. Protección y aseguramiento de equipos frágiles (especialmente el televisor y el mobiliario informativo). Disponibilidad del vehículo y personal de apoyo durante los horarios de montaje y desmontaje del punto de información.	**Anexo 4.1** Documentos

		Esta actividad resultó indispensable para la ejecución de la campaña, ya que permitió contar con una infraestructura adecuada para la atención de visitantes, difusión del material turístico y proyección audiovisual del destino, asegurando la correcta instalación del punto de información en condiciones óptimas de seguridad y presentación.	
5	5	se realizó la entrega según ingreso a almacén #77 del 10 octubre 2025 de 2.000 unidades de bolsas ecológicas con las siguientes especificaciones: medidas mínimo 30x30 cm, fuelle de 15 cm, material resistente y cocido, con impresión de la marca destino y código QR vinculado al ChatBot informativo turístico del municipio. Estas bolsas fueron diseñadas y producidas con el propósito de fortalecer la identidad visual de la campaña, promoviendo al mismo tiempo una acción ambientalmente responsable mediante el uso de materiales reutilizables. Su distribución se llevó a cabo durante las tres jornadas de promoción en el Aeropuerto El Alcaraván de Yopal (15, 19 y 24 de septiembre de 2025), en las que se recibieron los vuelos con turistas nacionales y se entregó material promocional a los visitantes. **Dándonos como resultados** Visibilizarían de la marca destino: cada bolsa incorporó los elementos gráficos oficiales de la campaña, reforzando la recordación del mensaje “DESTINO TAURAMENA”. Difusión digital del destino: el código QR impreso permitió que los turistas accedieran fácilmente al	**Anexo 5.1** Registro fotográfico **Anexo 5.2** ingreso de almacén

		ChatBot turístico, donde podían consultar información sobre atractivos, rutas, gastronomía y eventos. Promoción responsable con el medio ambiente: al utilizar materiales ecológicos y reutilizables, la campaña alineó sus acciones con los principios de sostenibilidad ambiental y turismo responsable. Ampliación del alcance promocional: las bolsas fueron distribuidas entre pasajeros, operadores turísticos y visitantes del aeropuerto, logrando una proyección positiva de la imagen institucional más allá del punto de contacto físico. En conclusión, la entrega de las 2.000 bolsas ecológicas con marca y QR representó una acción estratégica dentro del plan de promoción turística, articulando la comunicación visual, la innovación tecnológica y la sostenibilidad como pilares del posicionamiento de la marca destino. Esta actividad contribuyó directamente al cumplimiento del objetivo general de fortalecer la identidad turística de Tauramena y promover su oferta dentro del contexto regional y nacional.	
LOGROS/ IMPACTOS	Con esta campaña se logró que la marca DESTINO TAURAMENA sea identificada como una marca turística representativa del Casanare, asociada a la autenticidad, hospitalidad y riqueza natural y cultural del territorio.		

	Incrementar la recordación del destino en visitantes nacionales y extranjeros Difundir información actualizada sobre atractivos, experiencias y rutas turísticas mediante canales presenciales y digitales (volantes, QR del ChatBot) Aumentar el interés por visitar Tauramena como destino turístico. Posicionar a Tauramena como un destino que promueve el turismo responsable, consciente y amigable con el entorno natural.	

1. OBSERVACIONES

No se presentan observaciones

EL CONTRATISTA

ERWIN PLATA HERNANDEZ
R/L cooperativa multiactiva de servicios coopservices

EL SUPERVISOR

JUAN CARLOS HERRERA BARRERA
secretario de desarrollo económico

MIYER HUMBERTO CALDERON ABADIA
Apoyo a la supervisión