

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Información Presupuestal

No. CDP	VALOR	SALDO	No. NECESIDAD
4000125913	3.043.627.070	0	57215

1. La descripción de la necesidad que el Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín pretende satisfacer con la contratación:

El Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín, de conformidad con el Acto Legislativo 01 de 2021 y el Acuerdo Distrital 01 de 2024, cuenta con la Secretaría de Turismo y Entretenimiento como dependencia responsable de ejercer la autoridad turística del Distrito, mediante la formulación, ejecución y seguimiento de políticas, planes, programas y proyectos orientados al fortalecimiento de la competitividad, la sostenibilidad, la innovación, la promoción y el posicionamiento de Medellín como destino turístico nacional e internacional.

En desarrollo de sus competencias, la Secretaría tiene a su cargo la formulación e implementación de estrategias dirigidas a formular e implementar estrategias de promoción turística y marketing del destino, posicionar a Medellín en los mercados priorizados, impulsar la captación de eventos nacionales e internacionales, promover la oferta turística del Distrito e implementar acciones orientadas al fortalecimiento de la Marca Ciudad.

Estas competencias se encuentran alineadas con el Plan de Desarrollo Distrital 2024-2027 "Medellín te quiere", particularmente con el componente "Medellín, destino turístico y sostenible", el cual establece como propósito fortalecer la capacidad institucional para consolidar un turismo competitivo, ético, sostenible, accesible e innovador, mediante estrategias orientadas al posicionamiento del Distrito como un destino de clase mundial, así como al fortalecimiento de la promoción y el mercadeo de ciudad.

El turismo se ha consolidado como uno de los principales motores de desarrollo económico de Medellín, debido a su capacidad para dinamizar múltiples sectores productivos, generar empleo, atraer inversión, incrementar la llegada de divisas y fortalecer el tejido empresarial. Esta actividad impacta de manera transversal sectores como el alojamiento, el transporte, la gastronomía, el comercio, el entretenimiento, la cultura, los servicios especializados y la economía creativa, contribuyendo al desarrollo económico y social del territorio.

Durante los últimos años Medellín ha logrado consolidar un importante posicionamiento como destino turístico y de reuniones gracias al trabajo articulado entre el sector público y privado, el fortalecimiento de su infraestructura turística, la conectividad aérea, la consolidación de nuevos productos turísticos y la realización de eventos de carácter nacional e internacional.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

En este contexto, el turismo mundial continúa presentando una tendencia de crecimiento sostenido. Según ONU Turismo, durante el año 2024 se alcanzó la recuperación total de los niveles prepandemia, registrándose aproximadamente 1.400 millones de llegadas internacionales y proyectándose para el año 2025 un crecimiento adicional entre el 3 % y el 5 %. A nivel nacional, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo reportó un crecimiento sostenido en la llegada de visitantes internacionales, mientras que Antioquia y Medellín continúan consolidándose como uno de los principales destinos turísticos del país, con incrementos en la llegada de visitantes, el tráfico aéreo y el fortalecimiento de la oferta turística formal.

Estos resultados evidencian la necesidad de mantener estrategias permanentes de promoción, mercadeo y posicionamiento del destino, orientadas a fortalecer la visibilidad y el reconocimiento de Medellín en los mercados nacionales e internacionales, incrementar la atracción de visitantes y eventos, consolidar la Marca Ciudad y aprovechar las oportunidades que ofrece el crecimiento del mercado turístico global, en cumplimiento de las competencias asignadas a la Secretaría de Turismo y Entretenimiento en materia de promoción turística.

Adicionalmente, el Distrito cuenta con instrumentos técnicos que orientan la estrategia de promoción del destino, entre ellos el Plan de Mercadeo Turístico de Medellín 2023-2028 y el Sistema de Inteligencia Turística y Entretenimiento (SITE), los cuales permiten identificar mercados priorizados, tendencias de consumo, perfiles de visitantes, oportunidades de crecimiento y estrategias de posicionamiento, constituyéndose en herramientas fundamentales para la toma de decisiones y la ejecución de acciones de promoción basadas en evidencia.

No obstante, la ejecución de las estrategias previstas demanda el desarrollo de actividades altamente especializadas relacionadas con la promoción del destino, la captación de eventos nacionales e internacionales, el relacionamiento con actores estratégicos de la industria turística, el desarrollo de acciones de marketing, comunicación y posicionamiento, así como la implementación de la Marca Ciudad "Medellín aquí todo florece".

Estas actividades, por su naturaleza, complejidad y nivel de especialización, requieren capacidades técnicas, operativas, comerciales y de relacionamiento que demandan una estructura organizacional especializada, experiencia sectorial y presencia permanente en escenarios nacionales e internacionales. Si bien la Secretaría de Turismo y Entretenimiento ejerce la dirección y orientación de la política pública en materia de promoción turística, la ejecución de estas estrategias requiere el apoyo de una entidad con capacidades institucionales especializadas que permitan desarrollar de manera integral las acciones previstas.

Así mismo, la naturaleza dinámica del mercado turístico exige la ejecución permanente de actividades comerciales, participación en escenarios especializados, generación de alianzas estratégicas, desarrollo de campañas de posicionamiento, procesos de captación de eventos y acciones de promoción dirigidas a públicos específicos, cuya implementación requiere experiencia técnica y una estructura operativa especializada que permita responder de manera oportuna a las necesidades del sector y a las oportunidades del mercado.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

En consecuencia, para satisfacer la necesidad identificada, el Distrito requiere contratar la ejecución especializada de las estrategias de promoción y marketing del destino, la implementación de acciones de posicionamiento nacional e internacional, la captación de eventos, la promoción de la oferta turística y el fortalecimiento de la Marca Ciudad. Para ello se requiere la participación de una entidad descentralizada indirecta del Distrito, perteneciente al Conglomerado Público, cuyo objeto institucional guarde relación directa con dichas actividades y que cuente con la experiencia, capacidad técnica, administrativa, financiera y operativa necesarias para ejecutarlas de manera articulada con los lineamientos definidos por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.

La contratación proyectada permitirá desarrollar estrategias de promoción turística, comercialización del destino, posicionamiento nacional e internacional, fortalecimiento de la industria de reuniones, implementación de acciones de marketing, comunicación y relacionamiento estratégico, así como la ejecución de iniciativas orientadas a consolidar a Medellín como un destino turístico competitivo, sostenible e innovador, generando impactos positivos sobre la economía local, la atracción de visitantes, la inversión y el fortalecimiento del sector turístico.

La satisfacción de esta necesidad exige la participación de una entidad que, además de contar con capacidad administrativa, financiera y operativa para la ejecución de los recursos públicos, disponga de experiencia especializada en la promoción turística, el marketing de destinos, la captación de eventos nacionales e internacionales, el relacionamiento con los diferentes actores de la industria turística y de reuniones, así como con una red consolidada de aliados estratégicos del sector. Igualmente, resulta indispensable que dicha entidad cuente con conocimiento técnico del mercado turístico, acceso a escenarios especializados de promoción, herramientas para la gestión comercial del destino y capacidad para articular acciones con los sectores público y privado, elementos que resultan determinantes para alcanzar los objetivos institucionales previstos en el Plan de Desarrollo Distrital y en la estrategia de promoción turística de Medellín.

En consecuencia, el Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín requiere contratar la prestación de servicios especializados para ejecutar las estrategias integrales de promoción y marketing del destino, la captación de eventos nacionales e internacionales, la promoción de la oferta turística en los mercados priorizados y la implementación de la Marca Ciudad "Medellín, aquí todo florece", mediante una entidad descentralizada indirecta del Distrito perteneciente al Conglomerado Público, cuyo objeto institucional guarde relación directa con estas actividades y que cuente con la experiencia, capacidad técnica, administrativa, financiera y operativa necesarias para contribuir al cumplimiento de los objetivos institucionales y de las metas previstas en el Plan de Desarrollo Distrital.

FORMA DE SATISFACER LA NECESIDAD

Para satisfacer la necesidad descrita, el Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín, a través de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento, requiere celebrar un contrato interadministrativo de prestación de servicios con una entidad cuyo objeto y funciones guarden

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

relación directa con las actividades que se pretenden desarrollar, de conformidad con lo previsto en el literal c) del numeral 4 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007, modificado por el artículo 92 de la Ley 1474 de 2011, y el artículo 2.2.1.2.1.4.4 del Decreto 1082 de 2015.

La contratación proyectada permitirá vincular una entidad con capacidad técnica, administrativa, financiera y operativa para apoyar la ejecución de las estrategias de promoción y marketing del destino Medellín, la captación de eventos nacionales e internacionales, la promoción de la oferta turística en los mercados priorizados y la implementación de la Marca Ciudad "Medellín aquí todo florece". Estas actividades guardan relación directa con el objeto institucional de la entidad ejecutora y, por su naturaleza, requieren experiencia sectorial, conocimiento especializado del mercado turístico, capacidad de relacionamiento con actores nacionales e internacionales y articulación permanente con la industria turística y de reuniones, condiciones necesarias para garantizar una ejecución especializada y el cumplimiento de los objetivos definidos por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.

Es importante precisar que, la contratación proyectada no implica la delegación de competencias propias de la Secretaría ni la administración de recursos públicos por cuenta del Distrito, sino la prestación de servicios especializados orientados a desarrollar las actividades previstas en el objeto contractual, bajo la dirección, coordinación, seguimiento y supervisión permanente de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento, quien conservará en todo momento la orientación estratégica y la definición de las acciones institucionales que deban ejecutarse.

En desarrollo del contrato, la entidad contratista deberá ejecutar las actividades previstas en el alcance contractual, aportar el personal, los medios técnicos, administrativos y logísticos requeridos para su adecuada ejecución, coordinar las acciones necesarias para el cumplimiento de los componentes del contrato y presentar los informes técnicos que permitan verificar el cumplimiento de las obligaciones, productos, indicadores y metas establecidos por la Secretaría.

De esta manera, la contratación constituye el mecanismo idóneo para satisfacer la necesidad identificada, al permitir la ejecución especializada de las estrategias de promoción y marketing del destino, garantizando la articulación institucional, la continuidad de las acciones de posicionamiento de Medellín en los mercados priorizados y el cumplimiento de las metas establecidas en el Plan de Desarrollo Distrital 2024-2027 "Medellín te quiere".

CÓDIGOS BPIN

CÓDIGOS BPIN SAP 240278

NOMBRE PROYECTO FORTALECIMIENTO DE LA PROMOCIÓN Y MERCADEO DEL DISTRITO.

CÓDIGO BPIN MGA 2024050010107

2. La descripción del objeto a contratar, con sus especificaciones esenciales, y la identificación del

Página 4 de 105

Centro Administrativo Distrital - CAD - Calle 44 Nro 52-165
Línea Única de Atención a la Ciudadanía (57)6044444144
www.medellin.gov.co
MEDELLIN - Colombia

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

contrato a celebrar:

Objeto:

Contrato interadministrativo para el fortalecimiento de la promoción, marketing de la ciudad de Medellín y el posicionamiento y activación de la marca ciudad #Medellín aquí todo florece”.

Códigos UNSPSC:

Nivel	Código	Descripción
Producto	80101604	PLANIFICACIÓN O ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS
Producto	80141602	SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS
Producto	80141612	PROGRAMAS DE VENTA O DE MERCADEO
Producto	80141902	REUNIONES Y EVENTOS REUNIONES Y EVENTOS
Producto	82101603	PUBLICIDAD EN INTERNET
Producto	82101801	SERVICIOS DE CAMPAÑA PUBLICITARIA
Producto	82101802	SERVICIOS DE PRODUCCIÓN PUBLICITARIA
Clase	C15	CATEGORIZACION MUNICIPIO DE MEDELLIN DESARROLLO ECONÓMICO
Clase	C18	CATEGORIZACION MUNICIPIO DE MEDELLIN EJECUCIÓN DE PROYECTOS

Origen de los Recursos:

Código	Descripción
002	RECURSOS ORDINARIOS INVERSIÓN

Alcance del objeto:

El presente contrato está orientado a desarrollar y ejecutar acciones orientadas a la promoción y comercialización del destino Medellín, la atracción de eventos nacionales e internacionales y la implementación y posicionamiento de la Marca Ciudad #Medellín aquí todo florece”, mediante estrategias de mercadeo, comunicación, posicionamiento y relacionamiento con actores estratégicos del sector del turismo y del entretenimiento, que contribuyan al fortalecimiento de la competitividad turística, la proyección nacional e internacional del Distrito Especial de Medellín y la generación de oportunidades para el desarrollo económico y social del territorio, a través del desarrollo de las siguientes actividades:

1. Captar eventos nacionales e internacionales, mediante una labor comercial y de relacionamiento que genere confianza a los tomadores de decisiones para elegir a Medellín como

Página 5 de 105

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

sede de sus eventos, a través de un proceso de:

- Prospección: investigación y generación de leads, mediante acciones comerciales y de relacionamiento
- Promoción: estrategias de difusión, visibilidad y mercadeo.
- Venta: postulaciones, candidaturas, visitas de inspección y captación de eventos.
- Posventa: fidelización del cliente para futuros leads.

2. Promocionar la oferta turística de la ciudad de Medellín en los mercados priorizados del destino, a través de acciones en diferentes medios, como: ferias, activaciones, Fam trips, caravanas, presentaciones de destino entre otras acciones, garantizando la implementación de la marca ciudad Medellín aquí todo florece.

3. Visibilizar a Medellín como un destino turístico en los mercados priorizados, a través de acciones de marketing digital y comunicaciones con medios de prensa y medios digitales que contengan toda la información de valor para los diferentes momentos del turista antes, durante y después de su viaje al destino.

4. Fortalecimiento de la Marca Ciudad #Medellín aquí todo florece”
Diseñar, coordinar y ejecutar acciones orientadas a la apropiación, promoción, posicionamiento y fortalecimiento de la Marca Ciudad #Medellín Aquí Todo Florece”, garantizando su articulación con las estrategias de promoción turística del Destino.

Identificación del contrato a celebrar: CM-Contrato Interadministrativo

Identificación del contrato a celebrar:

CM-Contrato Interadm

Especificaciones esenciales:

Teniendo como línea base el Plan de Mercadeo Turístico de Medellín, la marca ciudad #Medellín aquí todo florece”, y la experiencia en el sector con el que cuenta el CONTRATISTA, se deben generar las acciones necesarias para el desarrollo de las estrategias para la captación de eventos MICE (meetings, incentives, conferences and exhibitions), traducido al español, (Reuniones, Incentivos, Congresos y Exhibiciones), se refiere al turismo de reuniones, incentivos, conferencias y exhibiciones, es decir, eventos que convocan a grupo de personas provenientes de otros destinos con una finalidad laboral o profesional, entendiendo que estos eventos se realizarán en el mediano y largo plazo atendiendo las medidas y normatividad vigente. Así mismo, se deben implementar las acciones necesarias para la consolidación de la promoción de ciudad a nivel local, nacional e internacional.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

A continuación, se describen los componentes, las actividades, las metas y los entregables que soportan el ejercicio de promoción y mercadeo del turismo para la ciudad de Medellín enmarcados en la necesidad determinada para el contrato.

El Contrato se divide en 4 componentes:

1. Industrias de Reuniones
2. Promoción turística del Destino
3. Tecnología e innovación Digital para Marketing del Destino
4. Marca de Ciudad #Medellín aquí todo florece"

Se debe tener en cuenta para este contrato que existe un avance importante en la gestión del destino, pero es necesario seguir apostando por un visitante más especializado, con mayores gastos en el destino y coherente con la sostenibilidad.

Además, se debe estar atento a las nuevas tendencias del turismo y alinear la estrategia de posicionamiento de marca a la nueva propuesta de #Medellín aquí todo florece", que permita enviar un mensaje coherente, claro y persuasivo de cómo quiere ser percibido el turismo de la ciudad teniendo en cuenta la estructuración de la marca Medellín.

El Plan de Mercadeo de Turismo de Medellín y el SITE # Sistema de Inteligencia Turística y Entretenimiento - nos permite identificar las tendencias turísticas a nivel internacional y nacional, con el objeto de realizar un análisis de la competitividad de la ciudad frente a otros destinos, con esta información se pretende tomar decisiones con relación a los productos a ofrecer y a los contenidos a producir.

Mercados:

Al referirnos a los mercados priorizados, se deben tener en cuenta variables importantes como la conexión aérea directa con Medellín, que evidencia que la oferta turística está siendo atractiva además del gasto económico en nuestra ciudad, por lo que las acciones de promoción y marca se enmarcan en los mercados alineados con la estrategia promocional institucional, los datos del Sistema de Inteligencia Turística y el Plan de Mercadeo de Medellín 2023 # 2028 según categorías mercados maduros, emergentes y en exploración.

A continuación, se detallan cada uno de los componentes en que se divide el presente contrato:

1. COMPONENTE: INDUSTRIA DE REUNIONES

Objetivo: captar eventos nacionales e internacionales mediante una labor comercial y de relacionamiento que genere confianza a los tomadores de decisiones para elegir a Medellín como sede de sus eventos.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Esta estrategia permitirá atraer eventos nacionales e internacionales para que sean realizados en la ciudad, lo cual permite dinamizar la economía mediante la ocupación hotelera y el gasto realizado por el evento y los asistentes en el destino. Se reconoce esta estrategia como turismo MICE (meetings, incentives, conferences and exhibitions) y se refiere al turismo de reuniones, incentivos, conferencias y exhibiciones, es decir, eventos que convocan a grupo de personas provenientes de otros destinos con una finalidad laboral o profesional. La captación de eventos se logra mediante un proceso que se puede definir en 4 etapas:

- **Prospección:** Identificación inicial de oportunidades mediante actividades de inteligencia de mercado, análisis sectorial, investigación de asociaciones, monitoreo de eventos itinerantes, generación de contactos y relacionamiento estratégico.
- **Promoción:** Desarrollo de acciones específicas para posicionar a Medellín frente al tomador de decisión mediante presentaciones de destino, envío de información técnica, reuniones comerciales, activaciones promocionales y participación en escenarios especializados.
- **Venta:** Etapa que comprende la preparación y presentación de postulaciones, elaboración de dossiers de candidatura, visitas de inspección, gestión de apoyos institucionales y acompañamiento al proceso de decisión.
- **Posventa:** Proceso de acompañamiento previo, durante y posterior a la realización del evento, orientado a garantizar la satisfacción del organizador, identificar nuevas oportunidades de negocio y promover futuras ediciones o eventos derivados.

Una de las grandes fortalezas de Medellín es su vocación en turismo de reuniones, de acuerdo con el Plan de Desarrollo de Medellín. Por lo tanto, con esta estrategia se busca que la ciudad siga teniendo este reconocimiento en los mercados nacionales e internacionales y sea considerada como un destino para los eventos que se realicen en 2026 y años posteriores.

De esta forma el gran objetivo es captar eventos nacionales e internacionales que estén conectados con la vocación y las oportunidades de desarrollo de la ciudad, que dejen legado en conocimiento, que apunten a objetivos de sostenibilidad y que generen un impacto económico y social.

El turismo MICE, es un fenómeno económico que surge a raíz de la intención de viaje de una persona para reunirse con otros. Es considerado una industria, al ser un dinamizador socioeconómico de un destino. Es altamente dinámica, lo que le permite convertirse en un gran generador de empleo (cualificado y no), un dinamizador de la economía y un democratizador de conocimiento, valores sociales y de legado. Dada su composición, sólo un 40% de los actores que intervienen en la realización de un evento, coinciden con los actores del turismo vacacional, el resto pertenece a otras industrias (traducción, montaje, logística, alimentos y bebidas y personal de apoyo por mencionar algunas).

En el desarrollo de la estrategia de captación es fundamental la generación de información de valor

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

que permita poder medir los resultados de los eventos realizados en el destino, entendiendo que estos eventos que son captados en la misma vigencia o fueron captados en años anteriores, reportan indicadores que permiten evidenciar la importancia de esta estrategia en la ciudad, de esta forma aunque la meta está enfocada en captar eventos, existe un componente fundamental de seguimiento y acompañamiento a la realización de los eventos, los cuales deben reportar en la medida de lo posible y dependiendo de las características del mismo la siguiente información:

- Número de asistentes Nacionales e Internacionales
- Noches de alojamiento generadas por el evento
- Análisis de la ocupación hotelera por el efecto del evento realizado en la ciudad.
- Gasto promedio de los asistentes
- Empleos generados en el desarrollo del evento (contratación de bienes y servicios en el destino)
- Retorno de inversión en las acciones de promoción de Medellín como destino de reuniones (esta se calcula sobre la base de las encuestas diligenciadas con el apoyo del SITE) arrojará el resultado de asistentes que convocan los eventos que capta el Bureau y/o el impacto económico de estos versus la inversión que se hace para la estrategia de captación.

Con el fin de profundizar en los resultados, además del informe de gestión del proceso con los datos anteriormente mencionados, dentro de la industria de reuniones se deberá llevar la trazabilidad en el formato de forecast de industria de reuniones o embudo de captación; entendido como una herramienta de inteligencia comercial que consolide la totalidad de los contactos, prospectos, oportunidades, candidaturas y eventos captados que hacen parte del pipeline comercial de la ciudad.

Este Forecast deberá funcionar como un sistema de gestión de relaciones comerciales (CRM) especializado para la industria MICE, permitiendo visualizar el estado de maduración de cada oportunidad y la contribución de las diferentes acciones de promoción y comercialización al proceso de captación. El forecast de industria de reuniones deberá registrar, como mínimo:

- Nombre del evento.
- Organización promotora o asociación responsable.
- Sector económico o académico al que pertenece.
- Ciudad y país de origen.
- Fecha estimada de realización.
- Número proyectado de asistentes nacionales e internacionales.
- Número estimado de habitaciones noche.
- Impacto económico potencial.
- Estado dentro del embudo comercial.
- Probabilidad de cierre.
- Fecha del último contacto.
- Responsable de la gestión.
- Fuente de generación del lead.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

- Acciones realizadas.
- Próximos pasos comerciales.

Asimismo, deberá identificarse claramente el origen de cada oportunidad comercial, permitiendo evaluar la efectividad de las diferentes estrategias de promoción y prospección implementadas por la ciudad. Las fuentes de generación de leads podrán incluir, entre otras:

- Participación en ferias nacionales e internacionales de la industria.
- Ruedas de negocios.
- Misiones comerciales.
- Visitas de inspección.
- Viajes de familiarización (Fam Trips).
- Programas de embajadores o líderes de conocimiento.
- Relaciones con asociaciones nacionales e internacionales.
- Investigación de mercado.
- Plataformas especializadas de inteligencia de eventos.
- Herramientas de analítica e inteligencia artificial tales como kasper, chatgpt, entre otras que sean usadas con este fin.
- Referidos del ecosistema local.
- Universidades y centros de investigación.
- Cámaras de comercio y gremios.
- Relaciones institucionales.
- Clientes recurrentes.
- Procesos de posventa y fidelización.

La implementación de este modelo permitirá que la ciudad no mida únicamente resultados finales asociados a eventos captados, sino también la gestión comercial realizada para asegurar la sostenibilidad futura del destino de reuniones. De esta manera, Medellín podrá contar con una herramienta de inteligencia estratégica que facilite la toma de decisiones, la priorización de mercados, la optimización de recursos de promoción y la proyección de resultados a corto, mediano y largo plazo, fortaleciendo su posicionamiento competitivo frente a otros destinos nacionales e internacionales que participan activamente en la captación de eventos de alto impacto y legado para el territorio.

Según lo anterior, en la estrategia de captación de eventos se definen las acciones de la prospección y promoción, que apuntan a dar a conocer a Medellín como destino de reuniones y generar leads que puedan convertirse en eventos captados con actores claves del sector y tomadores de decisión.

Con el propósito de garantizar la adecuada divulgación de las actividades desarrolladas en el marco del presente contrato, el contratista deberá generar y entregar a la entidad los contenidos comunicacionales necesarios para apoyar las estrategias de información, promoción y difusión dirigidas a los diferentes actores del sector turismo y del entretenimiento.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Metas:

50 eventos captados

0.5% de los eventos realizados (captados por El Contratista) dejan legado a la ciudad.

En el marco de la estrategia de captación de eventos se desarrollan las siguientes acciones estratégicas:

ACCIÓN: PROSPECCIÓN

La prospección constituye la primera etapa del proceso de captación de eventos para Medellín como destino de reuniones y tiene como propósito identificar, investigar, priorizar y gestionar oportunidades de negocio que puedan convertirse en eventos nacionales e internacionales para la ciudad en el corto, mediano y largo plazo.

Dado que la industria de reuniones opera bajo ciclos comerciales extensos, donde la decisión de sede puede tomarse con varios años de anticipación, resulta fundamental implementar acciones permanentes de inteligencia de mercados, relacionamiento estratégico y generación de oportunidades que permitan construir un pipeline comercial robusto para el destino.

La prospección comprende actividades orientadas a la identificación de asociaciones, corporaciones, organizadores profesionales de congresos (PCO), organizadores de eventos, empresas, entidades gubernamentales, organizaciones multilaterales, líderes sectoriales y tomadores de decisión que tengan potencial para realizar eventos en Medellín acorde con la recomendación principal de ICCA basado en una estrategia de candidaturas sectoriales, y sustentadas en una propuesta clara de legado, conocimiento e impacto económico que posicionen a Medellín como un destino especializado y no como un destino genérico de reuniones.

Asimismo, esta etapa busca fortalecer la presencia de la ciudad en los principales escenarios de relacionamiento de la industria, permitiendo acceder a información estratégica, tendencias globales, buenas prácticas, oportunidades de negocio y espacios de networking que contribuyan al posicionamiento competitivo del destino.

Las acciones de prospección deberán estar soportadas en metodologías de inteligencia comercial y gestión de leads, permitiendo documentar el origen de cada oportunidad identificada, su estado dentro del embudo comercial o forecast de industria de reuniones, las acciones de seguimiento realizadas y su potencial de conversión en eventos para la ciudad.

Como resultado, todas las acciones de prospección deberán alimentar el Forecast de Captación de Eventos de Medellín, garantizando la trazabilidad de los contactos generados y facilitando la medición del aporte de cada acción al proceso de captación de eventos.

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

1.1. Participar en las principales asociaciones de la industria de reuniones

Con el propósito de fortalecer el posicionamiento de Medellín dentro del ecosistema global de la industria de reuniones, se promoverá la participación activa de la ciudad en asociaciones internacionales especializadas que agrupen destinos, organizadores de eventos, asociaciones profesionales, proveedores de servicios y demás actores estratégicos del sector MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions). Para este segundo semestre del año 2026, la membresía que se va adquirir es SITE (Society for Incentive Travel Excellence), la cual nos permite certificar a la ciudad como destino de incentivos.

Las asociaciones internacionales constituyen uno de los principales espacios para la generación de conocimiento, inteligencia de mercados, relacionamiento institucional y desarrollo de oportunidades comerciales en la industria de reuniones. A través de estas membresías, Medellín podrá acceder a información especializada sobre tendencias globales, comportamiento de mercados, procesos de captación, innovación en eventos, sostenibilidad, legado, transformación digital y mejores prácticas implementadas por otros destinos líderes a nivel mundial.

De igual forma, la participación en estas organizaciones permitirá fortalecer la visibilidad internacional de Medellín como destino de reuniones, ampliar la red de contactos estratégicos de la ciudad y generar oportunidades de relacionamiento con asociaciones internacionales, organizadores de congresos, corporaciones, organismos multilaterales y demás potenciales generadores de eventos.

La membresía deberá ser aprovechada como una herramienta activa de desarrollo comercial y posicionamiento, promoviendo la participación en reuniones, encuentros, capacitaciones, espacios de networking, programas de formación, investigaciones sectoriales, directorios especializados, plataformas de generación de leads y demás beneficios que contribuyan al fortalecimiento de la estrategia de captación de eventos.

Las acciones derivadas de la membresía deberán articularse con la estrategia general de prospección de Medellín y alimentar permanentemente el sistema de gestión comercial y el Forecast de Captación de Eventos, permitiendo identificar nuevas oportunidades de negocio y realizar seguimiento a los contactos generados.

Producto y/o Entregable

Informe técnico de participación en una (1) asociación internacional de la industria de reuniones. El informe deberá contener lo siguiente:

- Vinculación y participación institucional
- Nombre de la asociación internacional.
- Alcance geográfico y sectorial de la organización.
- Vigencia de la membresía.
- Evidencia de afiliación o suscripción.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

- Justificación estratégica de la participación de Medellín como destino.
- Relación entre la asociación y los sectores priorizados para la captación de eventos de la ciudad, según los resultados de ICCA.
- Beneficios estratégicos para Medellín.
- Descripción detallada de los beneficios obtenidos mediante la membresía; así mismo, deberá incluir un análisis de cómo dichos beneficios aportan al fortalecimiento de Medellín como destino de reuniones.
- Participación en eventos
- Reuniones estratégicas (presencial, virtual, híbrida)
- Programas de capacitación.
- Actividades de networking.
- Evaluación técnica de la participación de Medellín.
- Conclusiones y recomendaciones.
- Presentaciones institucionales realizadas.

Cada actividad deberá incluir fecha, objetivo, participantes y resultados obtenidos.

Generación y gestión de leads:

Relación consolidada de los contactos y oportunidades identificadas a través de la membresía, incluyendo como mínimo, el informe deberá evidenciar la incorporación de estos contactos al Forecast de Captación de Eventos y al sistema de gestión comercial de Medellín.

Conclusiones y recomendaciones

Evaluación técnica de la participación de Medellín en la asociación, incluyendo:

- Valor estratégico de la membresía.
- Retorno cualitativo y cuantitativo para la ciudad.
- Recomendaciones para futuras participaciones.

El contratista deberá realizar la transferencia de conocimiento al equipo designado por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento respecto a los aprendizajes, oportunidades, contactos estratégicos, tendencias, herramientas y demás insumos obtenidos en cada uno de los eventos, reuniones, capacitaciones o espacios de participación derivados de la membresía.

La información reportada deberá permitir evidenciar que la membresía constituye una herramienta efectiva de prospección, inteligencia de mercados, relacionamiento estratégico y generación de oportunidades para la captación de eventos nacionales e internacionales en Medellín.

1.2. Realizar visitas de relacionamiento nacionales y locales con aliados estratégicos de la industria de reuniones

Con el propósito de fortalecer el posicionamiento de Medellín como destino líder para la realización

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

de eventos nacionales e internacionales, se desarrollará una estrategia permanente de relacionamiento comercial e institucional con los principales actores de la industria de reuniones, orientada a la identificación de oportunidades de negocio, generación de leads, fortalecimiento de alianzas estratégicas y promoción de la ciudad como sede de eventos.

Las actividades de relacionamiento constituyen uno de los mecanismos más efectivos dentro del proceso de prospección y captación de eventos, ya que permiten establecer contacto directo con tomadores de decisión, influenciadores y generadores de eventos que tienen capacidad de definir la sede de congresos, convenciones, viajes de incentivo, reuniones corporativas, eventos gubernamentales, encuentros académicos, competencias deportivas y demás actividades que hacen parte de la industria MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions).

Esta acción comprende la realización de reuniones presenciales, virtuales e híbridas, así como la participación en espacios estratégicos de networking, encuentros gremiales, ruedas de negocios, eventos sectoriales, agendas comerciales y demás escenarios que faciliten el acercamiento a potenciales aliados y generadores de eventos para la ciudad.

Las actividades de relacionamiento estarán orientadas a fortalecer los vínculos con actores clave de la industria, incluyendo, entre otros:

- Asociaciones nacionales e internacionales.
- Organizadores Profesionales de Congresos (OPC-PCO).
- Casas de Incentivos.
- Organizadores de eventos corporativos.
- Empresas del segmento corporativo.
- Entidades gubernamentales.
- Federaciones deportivas.
- Instituciones académicas.
- Colegios profesionales.
- Cámaras de comercio.
- Gremios sectoriales.
- Organismos multilaterales.
- Aliados estratégicos del ecosistema turístico local.
- Operadores logísticos y proveedores especializados para eventos.

La estrategia deberá enfocarse en la generación de oportunidades para los segmentos priorizados de captación de Medellín, incluyendo:

- Gobierno.
- Corporativo.
- Asociativo médico.
- Asociativo académico.
- Asociativo industria.

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

- Deportivo.
- Científico.
- Tecnológico.
- Incentivos.

Como parte de esta actividad, se deberán realizar como mínimo doscientas diez (210) reuniones de relacionamiento locales, nacionales e internacionales durante la vigencia contractual, las cuales deberán contribuir a la consolidación del pipeline comercial de la ciudad y alimentar permanentemente el Forecast de Captación de Eventos.

Todas las reuniones realizadas deberán registrarse dentro del sistema de gestión comercial de la estrategia de captación, permitiendo la trazabilidad de los contactos, las oportunidades identificadas, los compromisos adquiridos y las acciones de seguimiento desarrolladas.

Producto y/o Entregable

Informe mensual de gestión de relacionamiento con aliados estratégicos de la industria de reuniones.

El informe deberá presentar de manera consolidada y detallada las reuniones locales, nacionales e internacionales realizadas durante el periodo reportado, permitiendo evidenciar el aporte de estas acciones al proceso de captación de eventos de Medellín. Deberá incluir lo siguiente:

Resumen ejecutivo de gestión

- Número total de reuniones realizadas.
- Distribución por mercado (local, nacional).
- Distribución por segmento de industria.
- Principales oportunidades identificadas.
- Resultados destacados del periodo.
- Registro detallado de reuniones.

Para cada reunión realizada se deberá reportar:

- Fecha.
- Modalidad (presencial, virtual o híbrida).
- Ciudad y país.
- Nombre de la organización o empresa.
- Nombre completo del participante.
- Cargo.
- Correo electrónico y datos de contacto.
- Segmento al que pertenece.
- Tipo de organización.
- Objetivo de la reunión.
- Oportunidades de negocio detectadas.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Incorporación al Forecast Comercial: El informe deberá incluir evidencia de la incorporación de los contactos y oportunidades generadas al Forecast de Captación de Eventos.

Indicadores de desempeño

Se deberán reportar como mínimo los siguientes indicadores:

- Número de reuniones realizadas.
- Número de organizaciones impactadas.
- Número de contactos estratégicos generados.
- Número de seguimientos realizados.
- Segmentos con mayor generación de oportunidades.
- Mercados con mayor potencial identificado.

El informe deberá incluir soportes que permitan verificar la ejecución de la actividad, tales como:

- Actas o memorias de reunión.
- Registros fotográficos.
- Capturas de reuniones virtuales.
- Bases de datos generadas.

La información reportada deberá demostrar la contribución de las actividades de relacionamiento al fortalecimiento del ecosistema de captación de Medellín y a la generación de oportunidades comerciales para la atracción de eventos nacionales e internacionales hacia la ciudad.

1.3. Participar en ferias y/o eventos internacionales especializados de la industria de reuniones

Con el propósito de fortalecer el posicionamiento internacional de Medellín como destino de reuniones y consolidar una estrategia activa de generación de oportunidades comerciales, la ciudad participará en ferias, eventos y encuentros internacionales especializados de la industria MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions), considerados como escenarios estratégicos para la promoción de destinos, el relacionamiento con tomadores de decisión y la identificación de oportunidades de captación de eventos nacionales e internacionales.

La participación en estos espacios permite a Medellín interactuar directamente con asociaciones internacionales, organizadores profesionales de congresos (PCO), organizadores de eventos corporativos, casas de incentivos, empresas multinacionales, organismos multilaterales, federaciones, gremios y demás actores que influyen en la selección de destinos para la realización de eventos.

Asimismo, estas ferias y eventos constituyen una fuente estratégica de inteligencia de mercados, permitiendo identificar tendencias globales, nuevos formatos de eventos, transformaciones en el comportamiento de los organizadores, innovaciones tecnológicas, prácticas sostenibles y oportunidades emergentes para la industria de reuniones.

La participación de Medellín en estos escenarios deberá orientarse al cumplimiento de objetivos

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

específicos de promoción, prospección y captación, priorizando la generación de reuniones de negocio, la identificación de leads calificados y el fortalecimiento de relaciones estratégicas que contribuyan a incrementar el pipeline comercial del destino.

Las ferias y eventos seleccionados deberán estar alineados con los mercados priorizados por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento, así como con los sectores estratégicos definidos en los estudios de inteligencia de mercados, la consultoría ICCA y demás instrumentos de planificación de la estrategia de turismo de reuniones de Medellín.

La participación en cada feria o evento internacional deberá ser previamente presentada y aprobada por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento, quien evaluará aspectos como:

- Pertinencia estratégica del evento.
- Mercados emisores impactados.
- Segmentos de industria priorizados.
- Potencial de generación de oportunidades.
- Historial de resultados obtenidos.
- Nivel de especialización del encuentro.
- Contribución al posicionamiento internacional del destino.
- Articulación con la estrategia general de captación de eventos.

Como parte de esta actividad, se deberá participar en tres (3) ferias y/o eventos internacionales especializados de la industria de reuniones durante la vigencia contractual. La propuesta de las 3 ferias debe ser presentada a principio del contrato con el fin que la Secretaría de Turismo y Entretenimiento apruebe en Comité Técnico y tome las decisiones requeridas según análisis del mercado.

Acorde con el plan de trabajo, la priorización del destino y las necesidades institucionales, se definirá la asistencia de un representante por parte del Distrito para tal efecto, el contratista asumirá, con cargo a los recursos del contrato, la totalidad de los costos que demande la participación del representante, según corresponda, para el cumplimiento del objetivo y prepararles los insumos y la agenda de relacionamiento.

La participación en estos escenarios deberá desarrollarse bajo una metodología comercial estructurada que permita planear, ejecutar y medir los resultados obtenidos antes, durante y después de cada evento, garantizando la trazabilidad de los contactos generados y su incorporación al sistema de gestión comercial y al Forecast de Captación de Eventos de Medellín.

Producto y/o Entregable

Informe técnico individual de participación en cada una de las tres (3) ferias y/o eventos internacionales especializados de la industria de reuniones.

Cada informe deberá contener lo siguiente:

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Ficha técnica de participación

- Nombre oficial del evento o feria.
- Ciudad y país de realización.
- Fecha de realización.
- Organizador.
- Perfil de participantes.
- Mercados representados.
- Segmentos de industria presentes.
- Objetivos específicos de participación para Medellín.

Planeación estratégica de la participación

Descripción de la preparación realizada previo al evento, incluyendo:

- Segmentos objetivo.
- Agenda comercial programada.
- Empresas, asociaciones y organizaciones priorizadas.
- Mensajes estratégicos del destino.
- Objetivos de generación de oportunidades.
- Gestión comercial desarrollada.
- Vocería de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento ante medios de comunicación y aliados importantes (cuando aplique).

Relación detallada de las actividades realizadas durante el evento (Que se lleven a cabo y que apliquen para la feria), incluyendo:

- Número de citas programadas.
- Número de citas efectivamente realizadas.
- Número de leads obtenidos.
- Reuniones institucionales.
- Participación en ruedas de negocios.
- Actividades de networking.
- Presentaciones de destino.
- Actividades de promoción realizadas.
- Espacios de relacionamiento estratégico.
- Recomendaciones para fortalecer la estrategia de captación.
- Registro fotográfico.
- Conclusiones y recomendaciones.

Base de datos de contactos y oportunidades: Reporte consolidado de todas las reuniones realizadas, con nombres, números de teléfono y correos, además, de la base de datos de los medios de comunicación con los que se tuvo contacto y con los que se hizo entrevista en el marco de la feria donde se está participando.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

El informe deberá evidenciar la incorporación de cada oportunidad al Forecast de Captación de Eventos y al sistema de gestión comercial de la estrategia de turismo de reuniones.

1.4. Articular con empresarios para la realización conjunta de fam trips del segmento de reuniones

Con el propósito de fortalecer la estrategia de captación de eventos y promover el posicionamiento de Medellín como destino líder para la industria de reuniones en América Latina, se desarrollarán acciones de articulación con empresarios locales, nacionales y actores estratégicos de la cadena de valor del turismo de reuniones para la estructuración y ejecución de viajes de familiarización (Fam Trips) dirigidos a potenciales compradores y tomadores de decisión de la industria MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions).

Los Fam Trips constituyen una herramienta estratégica de promoción y venta del destino, ya que permiten que organizadores de eventos, asociaciones, organizadores profesionales de congresos (PCO), casas de incentivos, agencias especializadas, corporaciones, entidades gubernamentales y demás actores con capacidad de decisión conozcan de primera mano la infraestructura, conectividad, oferta hotelera, recintos para eventos, proveedores especializados, capacidades logísticas y experiencias complementarias que ofrece Medellín para la realización de eventos nacionales e internacionales.

Esta acción busca facilitar el proceso de evaluación y selección del destino, permitiendo a los potenciales compradores validar en sitio las condiciones técnicas, operativas y experienciales de la ciudad, así como conocer los diferenciales competitivos que posicionan a Medellín como una alternativa atractiva para la realización de congresos, convenciones, reuniones corporativas, viajes de incentivo, competencias deportivas y demás eventos de alto impacto.

La estrategia deberá desarrollarse mediante esquemas de cooperación y articulación con empresarios de la cadena turística y de eventos, incluyendo hoteles, centros de convenciones, recintos para eventos, operadores turísticos, empresas de transporte, DMCs, organizadores de eventos y demás proveedores especializados, promoviendo la construcción conjunta de agendas de ciudad que permitan mostrar de manera integral las capacidades del destino.

Adicionalmente, la actividad deberá incluir espacios de relacionamiento y generación de negocios entre los participantes invitados y los empresarios locales, con el fin de facilitar la creación de alianzas, el intercambio de información técnica y la identificación de oportunidades concretas de captación de eventos para Medellín.

Como parte del proceso, se deberá realizar solicitud dirigida a la Secretaría de Turismo y Entretenimiento, así como acciones de acompañamiento, asesoría, seguimiento y evaluación con los empresarios vinculados, orientadas a fortalecer la calidad de la experiencia ofrecida, optimizar la presentación del destino y maximizar las oportunidades comerciales derivadas del Fam Trip.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

La realización de los Fam Trips deberá contribuir al fortalecimiento del pipeline comercial de la ciudad, permitiendo la generación de leads calificados y oportunidades de negocio que alimenten el Forecast de Captación de Eventos y el sistema de gestión comercial de la estrategia de turismo de reuniones.

Producto y/o Entregable

Informe técnico de ejecución de un (1) Fam Trip realizado en articulación con empresarios para el segmento de reuniones.

El informe deberá contener lo siguiente:

- Ficha técnica del fam
- Agenda o itinerario desarrollado en la ciudad
- Base de datos con asistentes al fam
- Mercado impactado
- Prospección de negocios por parte del operador receptivo
- Aliados participantes en el fam
- Conclusiones
- Evidencias

Solicitud dirigida a la Secretaría de Turismo y Entretenimiento y Ficha técnica del Fam Trip:

- Nombre de la actividad.
- Fecha de realización.
- Mercados impactados.
- Objetivos del Fam Trip.
- Segmentos de industria priorizados.
- Empresarios y aliados participantes.
- Productos y capacidades promocionadas.

Planeación y articulación empresarial

Descripción de la estrategia de articulación desarrollada para la ejecución del Fam Trip, incluyendo:

- Empresarios vinculados.
- Aportes realizados por cada aliado. (Cuando corresponda)
- Productos y servicios incluidos.
- Espacios de coordinación realizados.
- Estrategia de promoción del destino implementada.

Caracterización de los participantes y criterios de selección de los participantes que deberán ser aprobados en el primer comité técnico del contrato.

Relación detallada de los asistentes al Fam Trip, incluyendo:

- Nombre completo.
- Cargo.
- Empresa u organización.
- País y ciudad de procedencia.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

- Tipo de organización (Asociación, PCO, corporación, agencia, casa de incentivos, organizador de eventos, entre otros).
- Potencial de generación de eventos.
- Eventos o portafolios administrados.

Agenda ejecutada: Descripción detallada de las actividades realizadas durante el Fam Trip.

Resultados comerciales y generación de oportunidades

Reporte de los resultados obtenidos durante el Fam Trip, incluyendo:

- Número de reuniones realizadas.
- Número de empresarios beneficiados.
- Número de contactos estratégicos generados.
- Leads identificados.
- Eventos potenciales detectados.
- Oportunidades de captación generadas.
- Sectores económicos impactados.
- Mercados representados.
- Intenciones de candidatura o postulación identificadas. (En el caso que se identifiquen)

Evidencias: El informe deberá incluir soportes documentales que permitan verificar la realización de la actividad, tales como:

- Registro audiovisual.
- Agenda ejecutada.
- Base de datos de los participantes con su información personal, de contacto y país de procedencia.
- Material promocional utilizado.
- Evidencias de reuniones sostenidas.
- Encuestas de satisfacción.
- Comunicaciones de seguimiento.

Conclusiones y recomendaciones: Análisis técnico de los resultados obtenidos, incluyendo:

- Impacto de la actividad en la estrategia de captación.
- Oportunidades generadas para Medellín.
- Mercados con mayor potencial identificado.
- Recomendaciones para futuras acciones de familiarización.
- Acciones prioritarias de seguimiento comercial.

La información reportada deberá permitir evidenciar el aporte del Fam Trip al posicionamiento de Medellín como destino de reuniones, así como su contribución a la generación de oportunidades comerciales y a la captación futura de eventos para la ciudad.

1.5. Realizar sesiones estratégicas con grupos de interés para la ciudad

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Con el propósito de fortalecer la gobernanza del destino, consolidar la articulación institucional y potenciar la capacidad de captación de eventos de Medellín, se desarrollarán sesiones estratégicas de trabajo con actores clave de la cadena de valor de la industria de reuniones, orientadas a fortalecer el relacionamiento, la coordinación de esfuerzos y la identificación conjunta de oportunidades para la atracción de eventos nacionales e internacionales.

La industria de reuniones se caracteriza por requerir una alta articulación entre múltiples actores públicos, privados, académicos, científicos, gremiales y empresariales, quienes desempeñan un papel fundamental en la identificación, postulación, promoción y realización de eventos en el destino. En este sentido, la captación de eventos no depende exclusivamente de las acciones comerciales realizadas por el Bureau o la Secretaría de Turismo y Entretenimiento, sino también de la capacidad de movilizar y conectar a los diferentes sectores económicos y del conocimiento que conforman el ecosistema de ciudad.

Estas sesiones estratégicas estarán orientadas a fortalecer el conocimiento de los actores locales sobre la estrategia de captación de eventos de Medellín, socializar los mecanismos de apoyo existentes para la postulación y realización de eventos, promover la identificación de oportunidades de captación y generar espacios de construcción conjunta que permitan alinear esfuerzos alrededor de los sectores estratégicos y las vocaciones de ciudad.

Los grupos de interés podrán incluir, entre otros:

- Asociaciones profesionales y científicas.
- Universidades e instituciones académicas.
- Centros de investigación.
- Clústeres empresariales.
- Cámaras de comercio.
- Gremios sectoriales.
- Entidades gubernamentales.
- Organizaciones internacionales con presencia local.
- Empresas del segmento corporativo.
- Organizadores de eventos.
- Hoteles y recintos para reuniones.
- Operadores especializados de la industria MICE.
- Líderes sectoriales y embajadores de conocimiento.
- Organizaciones y empresarios de la Industria de Entretenimiento.

Durante estas sesiones se promoverá la identificación de eventos potenciales, procesos de candidatura, oportunidades de legado, articulación institucional, fortalecimiento de capacidades locales y generación de nuevas oportunidades que alimenten el pipeline comercial de la ciudad.

Asimismo, estos espacios deberán contribuir a consolidar una red de aliados estratégicos para la captación de eventos, fortaleciendo el rol de Medellín como destino competitivo en los mercados nacionales e internacionales de la industria de reuniones.

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Como parte de esta actividad se realizará como mínimo una (1) sesión estratégica de articulación con grupos de interés durante la vigencia contractual.

Producto y/o Entregable

Informe técnico de la sesión estratégica realizada con grupos de interés para la captación de eventos.

El informe deberá contener lo siguiente:

- Listados de asistencia.
- Acta o memoria de la sesión.
- Encuestas de satisfacción, cuando aplique.
- Conclusiones y recomendaciones: evaluación técnica de la sesión realizada, identificando:
- Principales hallazgos.
- Oportunidades de fortalecimiento.
- Sectores con mayor potencial de captación.
- Necesidades de articulación identificadas.
- Recomendaciones para futuras acciones de relacionamiento y movilización de actores

estratégicos.

Cuando aplique, estas oportunidades deberán incorporarse al Forecast de Captación de Eventos y al sistema de gestión comercial de la estrategia de turismo de reuniones.

La información reportada deberá permitir evidenciar la contribución de la sesión al fortalecimiento del ecosistema de captación de eventos de Medellín, la generación de oportunidades para la ciudad y la consolidación de una red de aliados estratégicos comprometidos con el posicionamiento del destino en la industria global de reuniones.

ACCIÓN: POSTULACIÓN Y CAPTACIÓN

La postulación y captación de eventos constituye la fase estratégica del proceso comercial de la industria de reuniones en la cual las oportunidades identificadas durante las etapas de prospección y promoción se transforman en procesos formales de candidatura, negociación y selección de Medellín como sede de eventos nacionales e internacionales.

Esta etapa tiene como propósito incrementar la participación de Medellín en el mercado global de reuniones mediante la estructuración de propuestas de valor altamente competitivas, sustentadas en las capacidades diferenciales del destino, su infraestructura especializada, conectividad aérea, ecosistema de conocimiento, oferta hotelera, sostenibilidad, innovación, experiencia en la realización de eventos y capacidad institucional para acompañar a los organizadores durante todas las fases del evento.

La estrategia de postulación y captación deberá orientarse a la atracción de eventos que generen impacto económico, transferencia de conocimiento, fortalecimiento sectorial, posicionamiento internacional y legado para la ciudad, alineándose con las apuestas estratégicas de desarrollo

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

económico y competitividad de Medellín.

Asimismo, esta acción deberá considerar de manera transversal los hallazgos, oportunidades, recomendaciones y sectores priorizados identificados en la consultoría especializada desarrollada por la International Congress and Convention Association (ICCA), la cual constituye uno de los principales instrumentos técnicos para orientar la estrategia de captación de eventos de la ciudad.

En este sentido, la selección de oportunidades, los procesos de candidatura, la priorización de mercados, la identificación de sectores estratégicos, la construcción de propuestas de valor y las acciones de promoción asociadas a la captación deberán guardar coherencia con las recomendaciones de ICCA, especialmente en lo relacionado con:

- Sectores económicos y académicos con mayor potencial de captación para Medellín.
- Mercados geográficos prioritarios.
- Asociaciones internacionales con oportunidades de crecimiento.
- Eventos alineados con las vocaciones de ciudad.
- Estrategias de legado y transferencia de conocimiento.
- Fortalecimiento del posicionamiento internacional del destino.
- Generación de valor económico y social para Medellín.
- Empresarios del sector del entretenimiento.

De igual manera, todas las acciones desarrolladas en esta etapa deberán estar articuladas con el Forecast de Captación de Eventos de Medellín, permitiendo medir la evolución de las oportunidades comerciales, las probabilidades de éxito de las candidaturas y el impacto potencial de los eventos postulados en términos de asistentes, habitaciones noche, gasto turístico e impacto económico para la ciudad.

La estrategia deberá contemplar no solamente la presentación de candidaturas, sino también el acompañamiento integral a los organizadores durante el proceso de evaluación del destino, mediante visitas de inspección, reuniones técnicas, asesoría especializada y articulación con los diferentes actores de la cadena de valor de la industria de reuniones.

Las acciones de postulación y captación permitirán consolidar a Medellín como un destino competitivo para la realización de eventos de talla nacional e internacional, fortaleciendo su posicionamiento dentro de los principales mercados de la industria de reuniones y contribuyendo al cumplimiento de los objetivos de desarrollo económico, promoción internacional y turismo sostenible de la ciudad.

1.6. Realizar candidaturas y postulaciones de la ciudad como sede de eventos.

La captación de eventos nacionales e internacionales requiere la estructuración de procesos de candidatura sólidos y altamente competitivos que permitan posicionar a Medellín frente a otros destinos que participan en la selección de sedes para congresos, convenciones, reuniones

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

corporativas, eventos gubernamentales, encuentros académicos, eventos deportivos y demás actividades propias de la industria de reuniones.

En este contexto, la estrategia de postulación de Medellín como destino de reuniones estará orientada a destacar las ventajas competitivas de la ciudad, su capacidad instalada, conectividad aérea, infraestructura especializada para eventos, oferta hotelera, ecosistema de conocimiento, sostenibilidad, innovación, experiencias complementarias y demás atributos diferenciales que fortalecen su posicionamiento en el mercado nacional e internacional de reuniones.

Las candidaturas deberán construirse a partir de un análisis estratégico de cada oportunidad identificada, considerando los lineamientos definidos en la estrategia de captación de la ciudad, los sectores priorizados, las vocaciones económicas y académicas de Medellín, así como las recomendaciones y hallazgos derivados de la consultoría especializada desarrollada por ICCA (International Congress and Convention Association), con el fin de orientar los esfuerzos hacia aquellos eventos con mayor potencial de captación, generación de legado e impacto para la ciudad.

La elaboración de cada candidatura podrá contemplar la construcción de propuestas técnicas, dossiers de ciudad, presentaciones institucionales, videos promocionales, materiales audiovisuales, cartas de respaldo institucional, propuestas de legado, estrategias de sostenibilidad y demás herramientas que permitan fortalecer la propuesta de valor de Medellín durante los procesos de selección.

Asimismo, las postulaciones deberán desarrollarse en articulación con los diferentes actores de la cadena de valor de la industria de reuniones, incluyendo asociaciones locales, universidades, centros de investigación, gremios, empresarios, recintos para eventos, hoteles y entidades públicas, promoviendo candidaturas alineadas con los sectores estratégicos de ciudad y aumentando las probabilidades de éxito en los procesos de selección.

Todas las candidaturas deberán registrarse dentro del Forescast de Captación de Eventos de Medellín, permitiendo realizar seguimiento a la evolución de las oportunidades, medir su potencial de conversión y analizar el impacto proyectado de los eventos postulados en términos de asistentes, habitaciones noche, generación de conocimiento e impacto económico para la ciudad.

Producto y/o Entregable:

Informe mensual de gestión de candidaturas y postulaciones de Medellín como sede de eventos.

Durante la vigencia contractual se deberán desarrollar veinticinco (25) candidaturas y/o postulaciones sectoriales de eventos nacionales e internacionales y posicionar a Medellín como un destino especializado en la industria de reuniones. El informe deberá contener lo siguiente:

Relación de candidaturas y postulaciones realizadas

Para cada candidatura presentada se deberá reportar:

- Nombre del evento.
- Organización convocante.

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

- País de origen.
- Segmento de industria.
- Tipo de evento.
- Año proyectado de realización.
- Número estimado de asistentes.
- Número estimado de asistentes internacionales.
- Potencial de habitaciones noche.
- Estado actual de la candidatura.

Descripción de la estrategia de postulación

- Objetivos de la candidatura.
- Justificación estratégica.
- Sectores priorizados asociados.
- Relación con las recomendaciones de ICCA.
- Propuesta de valor presentada.
- Diferenciales competitivos destacados.

Materiales desarrollados

Relación de los soportes elaborados para cada postulación, incluyendo:

- Dossier de candidatura.
- Presentaciones institucionales.
- Videos promocionales.
- Cartas de respaldo.
- Propuestas de legado.
- Estrategias de sostenibilidad.

Seguimiento comercial

Reporte de las acciones desarrolladas para fortalecer cada proceso de candidatura:

- Reuniones realizadas.
- Presentaciones de destino.
- Solicitudes atendidas.
- Información complementaria enviada.
- Gestiones con aliados locales.
- Reuniones de sustentación.
- Acciones de relacionamiento con organizadores.

Incorporación al Forecast Comercial

Relación de las oportunidades incorporadas al Forecast de Captación de Eventos, indicando:

- Estado de maduración.
- Probabilidad estimada de captación.
- Próximos pasos.
- Fecha estimada de decisión.
- Potencial económico proyectado.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Evidencias

El informe deberá incluir como soporte:

- Evidencias de envío de las candidaturas.
- Dossiers y propuestas presentadas.
- Material audiovisual utilizado.
- Cartas de respaldo.
- Actas de reuniones.
- Correos electrónicos de seguimiento.
- Presentaciones realizadas.
- Demás documentos asociados al proceso de postulación.

La información reportada deberá permitir evidenciar el aporte de las candidaturas al fortalecimiento del pipeline comercial de Medellín, el avance de las oportunidades dentro del proceso de captación y la contribución de esta actividad al posicionamiento de la ciudad como destino competitivo para la realización de eventos nacionales e internacionales.

1.7. Realizar visitas de inspección pre y post captación

Las visitas de inspección constituyen una de las herramientas más relevantes dentro del proceso de captación y realización de eventos, ya que permiten a los organizadores, asociaciones, empresas y tomadores de decisión evaluar de manera directa las capacidades del destino, validar la viabilidad técnica de sus eventos y fortalecer la confianza en Medellín como sede para futuras reuniones nacionales e internacionales.

Estas visitas hacen parte del proceso de acompañamiento comercial y técnico que desarrolla la ciudad durante las diferentes etapas del ciclo de captación, permitiendo presentar de forma experiencial la infraestructura para eventos, la oferta hotelera, la conectividad aérea, los recintos especializados, los servicios complementarios y las experiencias que enriquecen la propuesta de valor del destino.

Las visitas podrán desarrollarse en dos momentos estratégicos:

Visitas de inspección pre-captación

Corresponden a las visitas realizadas antes de la decisión final de sede y tienen como objetivo apoyar los procesos de evaluación y selección del destino por parte de organizadores, asociaciones, corporaciones y demás entidades generadoras de eventos.

Estas visitas permiten presentar los atributos competitivos de Medellín, responder requerimientos técnicos, facilitar reuniones con proveedores especializados, validar capacidades operativas y fortalecer las candidaturas presentadas por la ciudad.

Visitas de inspección post-captación

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Corresponden a las visitas realizadas una vez el evento ha sido confirmado para Medellín y tienen como finalidad apoyar la planeación operativa, logística y estratégica del evento.

Durante estas visitas se revisan aspectos relacionados como, por ejemplo:

- Selección y validación de sedes.
- Recorridos técnicos.
- Coordinación logística.
- Gestión de proveedores.
- Definición de requerimientos operativos.
- Trámites y permisos.
- Movilidad y transporte.
- Protocolos de sostenibilidad.
- Experiencias complementarias para asistentes.
- Actividades de legado e impacto en ciudad.

La estrategia de visitas de inspección deberá desarrollarse en articulación con hoteles, recintos para eventos, operadores especializados, DMCs, empresas de servicios para eventos, entidades públicas y demás actores de la cadena de valor de la industria de reuniones, buscando ofrecer una experiencia integral que facilite la toma de decisiones y fortalezca la competitividad del destino.

Todas las visitas realizadas deberán registrarse dentro del sistema de gestión comercial y del Forecast de Captación de Eventos, permitiendo evidenciar su contribución a los procesos de captación, confirmación y realización de eventos para la ciudad.

Producto y/o Entregable

Durante la vigencia contractual se deberán realizar treinta (30) visitas de inspección con organizadores de eventos. Cada informe deberá contener lo siguiente:

- Nombre del evento asociado.
- Organización responsable.
- País y ciudad de origen.
- Fecha de realización de la visita.
- Tipo de visita (pre-captación o post-captación).
- Participantes y cargos.
- Agenda desarrollada.
- Recintos y espacios visitados.
- Empresas y aliados involucrados.
- Requerimientos identificados.
- Oportunidades generadas.
- Compromisos adquiridos.
- Potencial de asistentes.
- Potencial de habitaciones noche.
- Impacto económico estimado, cuando aplique.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

- Identificación de necesidades para el fortalecimiento de la captación de nuevos eventos

Asimismo, deberá incluir:

- Registro fotográfico.
- Encuestas de satisfacción.
- Recomendaciones y próximos pasos derivados de la visita.

La información reportada deberá permitir evidenciar la contribución de las visitas de inspección a la captación efectiva de eventos, al fortalecimiento de las candidaturas y al acompañamiento integral de los organizadores que seleccionan a Medellín como sede de sus eventos.

ACCIÓN: PROMOCIÓN PARA LA CAPTACIÓN

La promoción para la captación corresponde al conjunto de acciones desarrolladas una vez Medellín ha sido seleccionada como sede de un evento nacional o internacional, con el propósito de fortalecer la convocatoria, maximizar la participación de asistentes, posicionar la ciudad ante las audiencias del evento y garantizar que la realización del mismo genere el mayor impacto posible para el destino.

Esta etapa constituye un componente fundamental dentro del ciclo de gestión de eventos, ya que permite transformar una captación exitosa en resultados concretos para la ciudad en términos de asistencia, ocupación hotelera, gasto turístico, posicionamiento internacional, generación de conocimiento y fortalecimiento del ecosistema local de la industria de reuniones.

Las acciones desarrolladas durante esta fase deberán contribuir a mantener la presencia de Medellín en la mente de los potenciales asistentes, promover los atributos diferenciales del destino, facilitar la participación de los organizadores y fortalecer la experiencia integral de quienes visitarán la ciudad.

Asimismo, la estrategia deberá estar articulada con la narrativa de ciudad, las acciones de promoción turística de Medellín, los lineamientos de la marca destino y las recomendaciones derivadas de los estudios y ejercicios de inteligencia de mercado desarrollados para la industria de reuniones.

La promoción para la captación deberá entenderse como una fase complementaria a la postulación, orientada a consolidar los resultados de los eventos captados y fortalecer las probabilidades de fidelización, repetición y generación de nuevas oportunidades de negocio para Medellín.

1.8. Ejecutar acciones de promoción a los eventos captados

Con el propósito de apoyar las estrategias de promoción, convocatoria y posicionamiento de los eventos captados por Medellín, se desarrollarán materiales audiovisuales y/o presentaciones institucionales de acuerdo con los requerimientos de los organizadores o empresarios de los

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

eventos.

Estos materiales servirán como herramientas de comunicación para promover la participación de asistentes, expositores, patrocinadores y demás públicos de interés, así como para fortalecer el reconocimiento de Medellín como sede de eventos nacionales e internacionales.

Los contenidos podrán ser utilizados en actividades de promoción presencial, virtual o híbrida, así como en eventos previos, reuniones de convocatoria, campañas de comunicación, plataformas digitales, redes sociales, sitios web, espacios comerciales o cualquier otro escenario definido por los organizadores.

Producto y/o entregable:

Informe técnico de diez (10) acciones de promoción realizadas para eventos captados por Medellín.

Cada informe deberá contener lo siguiente:

Ficha técnica de la acción

- Nombre del evento.
- Ciudad y país donde se realizó la promoción.
- Fecha de realización.
- Tipo de acción ejecutada.
- Objetivos de promoción.
- Público objetivo impactado.

Estrategia de promoción desarrollada

- Descripción de las acciones implementadas.
- Material promocional utilizado.
- Activaciones realizadas.
- Estrategia de comunicación aplicada.
- Integración con marca ciudad y promoción turística.

Resultados obtenidos

- Número de asistentes impactados.
- Reuniones realizadas.
- Interacciones generadas.
- Material distribuido.
- Contactos obtenidos.
- Solicitudes de información recibidas.
- Oportunidades de promoción identificadas.

Contribución a la convocatoria del evento

- Acciones desarrolladas para promover la asistencia al evento en Medellín.
- Mercados impactados.
- Audiencias alcanzadas.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

- Resultados reportados por los organizadores cuando aplique.

Evidencias

- Registro audiovisual.
- Material promocional utilizado.
- Evidencias de participación.
- Presentaciones realizadas.
- Constancia del envío del video y/o presentación al empresario.
- Reportes de medios o plataformas utilizadas. (cuando corresponda)

Conclusiones y recomendaciones

- Principales resultados obtenidos.
- Aprendizajes identificados.
- Recomendaciones para futuras acciones de promoción.
- Oportunidades de fortalecimiento para eventos futuros.

1.9. Apoyo a los organizadores de los eventos captados en la articulación con los diferentes actores de la cadena turística y empresarial local.

Con el propósito de fortalecer la experiencia de los organizadores y consolidar a Medellín como un destino competitivo y confiable para la realización de eventos nacionales e internacionales, se brindará acompañamiento especializado a los eventos captados mediante procesos de articulación institucional, empresarial y sectorial con los diferentes actores que conforman la cadena de valor de la industria de reuniones.

Esta actividad constituye uno de los principales valores agregados que ofrece Medellín como destino sede, permitiendo facilitar el acceso de los organizadores a información estratégica, proveedores especializados, aliados institucionales, empresarios locales y demás recursos que contribuyen a la adecuada planeación y ejecución de los eventos.

El acompañamiento podrá contemplar acciones como:

- Identificación y conexión con proveedores locales.
- Gestión de agendas de relacionamiento.
- Articulación con entidades públicas y privadas.
- Coordinación con hoteles y recintos para eventos.
- Relacionamiento con gremios y asociaciones.
- Conexión con universidades y centros de conocimiento.
- Apoyo en la identificación de patrocinadores y aliados.
- Recomendaciones de experiencias complementarias.
- Orientación sobre trámites y requerimientos locales.
- Acompañamiento en procesos logísticos y operativos.
- Articulación con iniciativas de sostenibilidad y legado.

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Estas acciones buscan facilitar la operación de los eventos, fortalecer la experiencia de los organizadores y generar condiciones favorables para la fidelización de clientes y la captación de futuras ediciones o nuevos eventos para Medellín.

Importante resaltar que los criterios para la priorización y acompañamiento a eventos son los siguientes:

- Eventos nacionales e internacionales previamente captados para la ciudad.
- Eventos alineados con los sectores estratégicos y vocaciones económicas de Medellín.
- Eventos con capacidad de generación de impacto económico medido a través de asistentes, cuartos noche y gasto turístico estimado.
- Eventos con potencial de generación de conocimiento, transferencia tecnológica o legado para la ciudad.
- Eventos que requieran articulación institucional para su adecuada realización.
- Eventos con participación de asistentes internacionales o nacionales provenientes de mercados prioritarios para el destino.
- Eventos que promuevan prácticas de sostenibilidad, inclusión o impacto social positivo.
- Eventos que involucren de manera significativa a empresarios locales de la cadena turística y de reuniones.

La priorización de apoyos será evaluada conjuntamente entre la Secretaría de Turismo y Entretenimiento y el operador de promoción del destino.

Producto y/o Entregable

Informe técnico de acompañamiento y articulación a diez (10) eventos captados. El informe deberá contener lo siguiente:

Caracterización de los eventos apoyados

- Nombre del evento.
- Organización responsable.
- Fecha de realización.
- Segmento de industria.
- Número estimado de asistentes.
- Procedencia de los participantes.

Acciones de articulación desarrolladas

Descripción detallada de las actividades realizadas, incluyendo:

- Reuniones sostenidas.
- Contactos estratégicos facilitados.
- Agendas gestionadas.
- Acompañamientos efectuados.
- Coordinaciones institucionales desarrolladas.

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Actores vinculados

Relación de los actores articulados para cada evento, que pueden ser:

- Empresas.
- Hoteles.
- Recintos.
- Gremios.
- Entidades públicas.
- Universidades.
- Operadores especializados.
- Proveedores locales.

Resultados obtenidos

- Número de contactos facilitados.
- Número de reuniones realizadas.
- Alianzas generadas.
- Soluciones implementadas.
- Requerimientos atendidos.
- Beneficios generados para el organizador.

Evaluación del acompañamiento

- Nivel de satisfacción del organizador.
- Principales fortalezas identificadas.
- Aspectos de mejora.

Evidencias

- Actas o memorias de reuniones.
- Correos electrónicos.
- Registros fotográficos.
- Testimonios o retroalimentación recibida.
- Resultado de los indicadores de: Número de actores estratégicos articulados y el nivel de satisfacción del organizador.

Conclusiones y recomendaciones

- Resultados estratégicos obtenidos.
- Aportes al éxito del evento.
- Recomendaciones para futuros acompañamientos.

La información reportada deberá evidenciar cómo el acompañamiento brindado contribuye a fortalecer la experiencia de los organizadores, mejorar la competitividad de Medellín como destino de reuniones y generar mayores probabilidades de fidelización y captación de nuevos eventos para la ciudad.

2. COMPONENTE: PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Objetivo: atraer turistas y visitantes a la ciudad de Medellín de los mercados nacionales e internacionales, a través de acciones de campañas de promoción, eventos de promoción y campañas de difusión.

El marketing del destino se refiere a la aplicación de técnicas de marketing tradicionales y digitales para atraer visitantes a un lugar geográfico, puede ser un país, una ciudad o una región. Estas estrategias suelen estar impulsadas por gobiernos locales o nacionales.

No hay que confundirlo con el marketing turístico, ya que, en este caso, son las agencias de viajes, hoteles, compañías de vuelo, etc. que promocionan sus productos y servicios hacia determinados lugares. En otras palabras, se podría decir que el marketing de destinos pretende convencer de a dónde debes ir, y el marketing turístico pretende convencer de cuál es la mejor forma de ir y sus comodidades.

Actualmente, el marketing de destinos está muy ligado a los medios y canales digitales, y, en los últimos años, esta actividad ha ido aumentando debido a la necesidad de estar sincronizados con el funcionamiento de portales online e información actualizada en tiempo real, además de ser el medio de consulta en crecimiento por los turistas y/o visitantes a nivel mundial. No se trata sólo de promocionar un destino, sino de crear iniciativas atractivas para lograr captar nuevos visitantes al destino.

El marketing del destino tiene por principal objetivo estimular la demanda de la ciudad en los mercados objetivos, basados en el conocimiento de sus públicos y sus motivaciones de viajes para visibilizar lo que la ciudad tiene para ofrecerle; el marketing del destino es una estrategia que puede orientarse a corto, mediano y largo plazo de acuerdo con las necesidades del destino en el tiempo.

El marketing de destino mejora la llegada de visitantes, turistas y/o viajeros a la ciudad, logrando que el destino aumente el turismo y visibilizar aquellos puntos de interés que pueda tener la ciudad, generando nuevas actividades o construir nuevas zonas atractivas para conseguir esa atracción turística.

Con el propósito de garantizar la adecuada divulgación de las actividades desarrolladas en el marco del presente contrato, el contratista deberá generar y entregar a la entidad los contenidos comunicacionales necesarios para apoyar las estrategias de información, promoción y difusión dirigidas a los diferentes actores del sector turismo y del entretenimiento.

ACCIÓN: PARTICIPACIÓN EN EVENTOS DE PROMOCIÓN

El objetivo es conectar la oferta empresarial turística local con la demanda internacional, especialmente de agencias mayoristas y/o Ota's que buscan incluir la ciudad en sus portafolios. Esto se logrará mediante la articulación de acciones con empresarios locales, participación en ferias internacionales y agendas comerciales en mercados objetivos, con el fin de consolidar a Medellín

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

como un destino de interés tanto a nivel nacional como internacional, diversificando su oferta y destacando nuevos territorios y experiencias.

2.1. Participar en ferias y/o eventos para el mercado internacional del segmento vacacional

A través de la participación de Medellín en ferias y eventos internacionales especializados en turismo vacacional, se busca fortalecer el posicionamiento de la ciudad en los mercados priorizados por el Distrito, promover la oferta turística del destino y generar oportunidades de comercialización con actores estratégicos de la cadena de distribución turística internacional.

Estas acciones permitirán presentar directamente la oferta turística de Medellín a agencias mayoristas, operadores turísticos, agencias de viajes, plataformas de comercialización, medios especializados y demás profesionales de la industria, contribuyendo a incrementar el conocimiento del destino, diversificar los mercados emisores, fortalecer los canales de comercialización y promover nuevos productos, experiencias, territorios y comunas con potencial turístico.

La participación podrá desarrollarse mediante ruedas de negocios, citas comerciales, espacios de networking, capacitaciones de destino, presentaciones comerciales y demás actividades propias de cada feria o evento internacional. Así mismo, estas acciones estarán acompañadas por estrategias de comunicación y posicionamiento que permitan amplificar la presencia de Medellín en los mercados objetivo.

Esta actividad podrá incluir la participación en escenarios internacionales como por ejemplo: FIT Argentina, ITB Américas (México), WTE Miami, USTOA u otras ferias y eventos que resulten estratégicos para el cumplimiento de los objetivos de promoción internacional del destino.

Los planes de medios asociados a estas participaciones podrán contemplar acciones digitales, medios especializados, relaciones públicas y gestión con medios de comunicación, de acuerdo con las oportunidades identificadas para cada mercado y evento y debe incluir vocería institucional de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.

La participación en ferias y/o eventos internacionales deberá ser previamente revisada y aprobada por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento en comité técnico, considerando la alineación con los mercados y segmentos priorizados por el destino. Igualmente, en dicho espacio se evaluará la pertinencia de la participación de representantes del Distrito en cada escenario, para tal efecto, el contratista asumirá, con cargo a los recursos del contrato, la totalidad de los costos que demande la participación para el cumplimiento del objetivo y prepararles los insumos y la agenda de relacionamiento.

La actividad contribuye al fortalecimiento de la estrategia de promoción internacional de Medellín, al posicionamiento de la ciudad en mercados priorizados, a la diversificación de la oferta turística promocionada, al fortalecimiento de los canales de comercialización turística y a la generación de oportunidades que favorezcan la atracción de visitantes nacionales e internacionales, aportando al cumplimiento de los objetivos de competitividad, internacionalización y crecimiento sostenible del

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

turismo liderados por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.

Producto y/o entregable:

Informe técnico de participación en tres (3) ferias y/o eventos internacionales. El informe deberá contener lo siguiente:

- Nombre de la feria o evento.
- Ciudad y país de realización.
- Fecha de participación.
- Descripción de las actividades desarrolladas.
- Número de reuniones comerciales realizadas, con relación de empresas, agencias, operadores, medios y actores estratégicos contactados y compromisos generados
- Relación de empresas, agencias, operadores, medios y actores estratégicos contactados.
- Presentaciones y capacitaciones de destino realizadas.
- Compromisos y acciones de seguimiento generadas.
- Conclusiones y recomendaciones.

Evidencias: Agenda de trabajo, registro de reuniones, bases de datos, contactos generados, registro fotográfico, presentaciones realizadas, material promocional utilizado, memorias y reportes de participación recomendaciones.

Indicadores de resultado:

Número de reuniones comerciales realizadas.

Número de contactos estratégicos generados.

Número de actores de la industria turística capacitados sobre la oferta turística de Medellín.

Post: Envío de información:

- Ecard de agradecimiento
- Landing page B2B
- Kit de Destino (si aplica)

Informe de ejecución de planes de medios asociados a tres (3) participaciones en ferias y/o eventos internacionales. El informe deberá contener lo siguiente:

Objetivo de comunicación.

Mercado objetivo.

Descripción de las acciones implementadas.

Medios utilizados.

Piezas desarrolladas.

Alcance y resultados obtenidos.

Evidencias de publicación.

Conclusiones y recomendaciones.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Esta actividad aporta al posicionamiento internacional de Medellín, al fortalecimiento de los canales de comercialización turística del destino, a la diversificación de mercados emisores y a la promoción de nuevos productos y territorios turísticos de la ciudad. Asimismo, contribuye a la generación de oportunidades de negocio para los empresarios locales, al incremento del conocimiento de la oferta turística de Medellín en mercados estratégicos y al cumplimiento de los objetivos de promoción, competitividad e internacionalización liderados por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.

2.2. Realizar gestión comercial de la ciudad como destino turístico a nivel internacional (workshops)

Como parte de las acciones de promoción internacional de Medellín en mercados priorizados, se desarrollarán tres (3) workshops o agendas comerciales internacionales dirigidas a actores estratégicos de la industria turística vacacional, con el propósito de fortalecer el posicionamiento de la ciudad, ampliar los canales de comercialización y generar oportunidades de negocio que contribuyan al incremento de visitantes hacia el destino.

Los workshops consisten en jornadas de relacionamiento y capacitación especializada dirigidas a agencias mayoristas, operadores turísticos, agencias de viajes, consolidadores, DMCs y demás profesionales de la industria turística, mediante espacios de reuniones uno a uno, presentaciones de destino, capacitaciones comerciales y sesiones de networking. Estas acciones buscan transferir conocimiento sobre la oferta turística de Medellín, sus productos, experiencias, segmentos estratégicos y ventajas competitivas, facilitando su incorporación en portafolios comerciales y procesos de venta en mercados internacionales.

Las agendas comerciales podrán desarrollarse en mercados priorizados para la ciudad, tales como México, Argentina, Ecuador, Panamá u otros que sean definidos estratégicamente por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento, de acuerdo con las prioridades de promoción internacional del destino y el potencial de generación de visitantes.

Durante el desarrollo de estas acciones se promoverán los diferentes productos turísticos de la ciudad, incluyendo turismo cultural, gastronómico, naturaleza, entretenimiento, compras, bienestar, turismo comunitario, turismo de reuniones y demás experiencias que permitan diversificar la percepción del destino y visibilizar nuevos territorios, comunas y corredores turísticos con potencial de desarrollo.

Las acciones desarrolladas deberán propiciar el fortalecimiento de relaciones comerciales de largo plazo con actores estratégicos de los mercados priorizados, generando oportunidades para incrementar la presencia de Medellín en catálogos, plataformas de comercialización, programas turísticos y estrategias de promoción desarrolladas por los canales de distribución internacional.

La realización de workshops y agendas comerciales internacionales contribuye al fortalecimiento de la estrategia de promoción turística de Medellín mediante el relacionamiento directo con los

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

principales canales de comercialización de los mercados priorizados. Estas acciones permiten incrementar el conocimiento de la oferta turística de la ciudad entre actores especializados de la industria, fortalecer la presencia del destino en mercados emisores estratégicos y consolidar redes comerciales que favorezcan la promoción permanente de Medellín a nivel internacional.

Para la Secretaría de Turismo y Entretenimiento, esta actividad aporta al cumplimiento de los objetivos de promoción, competitividad, internacionalización y posicionamiento del destino, fortaleciendo los procesos de comercialización turística y ampliando las oportunidades de relacionamiento con actores clave de la industria internacional.

Para la ciudad, estas acciones favorecen la atracción de visitantes nacionales e internacionales, la diversificación de mercados emisores, el fortalecimiento del tejido empresarial turístico local, la promoción de nuevos productos y experiencias turísticas y la generación de oportunidades económicas para los diferentes actores de la cadena de valor del turismo.

Producto y/o Entregable

Informe técnico de ejecución de tres (3) workshops o agendas comerciales internacionales. El informe deberá contener con lo siguiente:

Pre: Cronograma de postulación al evento, registro en el evento y breve resumen de preparación

Durante: Participación

- Nombre de la feria o evento.
- Ciudad y país de realización.
- Fecha de participación.
- Mercado objetivo.
- Metodología.
- Descripción de las actividades desarrolladas.
- Número de reuniones comerciales realizadas, con relación de empresas, agencias, operadores, medios y actores estratégicos contactados y compromisos generados (si aplica).
- Conclusiones y recomendaciones.
- Evidencias: (según aplique)
- Caracterización de los participantes por tipo de empresa o canal de comercialización. (Base de datos con la información completa de los participantes).

Indicadores de resultado:

- Número de reuniones comerciales realizadas.
- Número de contactos estratégicos generados para la comercialización y promoción de Medellín como destino turístico.
- Número de actores de la industria turística capacitados sobre la oferta turística de Medellín (si aplica).

Post: Envío de información:

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

- Ecard de agradecimiento
- Landing page B2B
- Kit de Destino (si aplica)

2.3. Realizar gestión comercial de la ciudad como destino turístico a nivel internacional (Roadshows)

Como parte de las acciones de promoción internacional de Medellín en el público profesional especializado, se realizará el apoyo de un (1) Roadshows o agenda comercial en mercados internacionales priorizados para el destino. Estas acciones tendrán como propósito fortalecer el posicionamiento de Medellín ante agencias mayoristas, operadores turísticos, agencias de viajes, consolidadores, DMCs y demás actores estratégicos de la cadena de comercialización turística internacional.

A través de reuniones uno a uno, capacitaciones de destino y presentaciones comerciales, se promoverá la oferta turística de Medellín, sus principales productos, experiencias, segmentos estratégicos y ventajas competitivas, con el fin de incrementar el conocimiento del destino, fortalecer los canales de comercialización y generar oportunidades de negocio que contribuyan al crecimiento del turismo hacia la ciudad.

Los mercados serán definidos de acuerdo con las prioridades de promoción internacional del destino y podrán incluir, entre otros, México, Argentina, Ecuador, Panamá u otros mercados estratégicos identificados por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.

Esta actividad contribuye al posicionamiento internacional de Medellín, al fortalecimiento de las relaciones comerciales con los principales canales de distribución turística, a la diversificación de mercados emisores y al incremento de oportunidades para la generación de visitantes nacionales e internacionales, aportando al cumplimiento de los objetivos de promoción turística, competitividad e internacionalización liderados por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.

Producto y/o Entregable

Informe técnico de ejecución de un (1) Roadshows o agenda comercial internacional. El informe deberá contener lo siguiente:

Durante: Participación

- Nombre de la feria o evento.
- Ciudad y país de realización.
- Fecha de participación.
- Mercado objetivo.
- Metodología.
- Descripción de las actividades desarrolladas.
- Número de reuniones comerciales realizadas, con relación de empresas, agencias, operadores, medios y actores estratégicos contactados y compromisos generados (si aplica).

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

- Conclusiones y recomendaciones.
- Evidencias.
- Base de contactos estratégicos generados.

Indicadores de resultado:

- Número de reuniones comerciales realizadas.
- Número de actores de la industria turística capacitados sobre la oferta turística de Medellín.

La actividad contribuye al fortalecimiento de los canales internacionales de comercialización turística de Medellín, incrementando el conocimiento del destino entre actores especializados del sector, generando oportunidades de negocio, ampliando la presencia de la ciudad en mercados prioritarios y favoreciendo la atracción de visitantes, en concordancia con los objetivos de promoción, internacionalización y competitividad turística establecidos por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.

ACCIÓN: CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN

Las campañas de promoción constituyen uno de los principales mecanismos para posicionar a Medellín en los mercados nacionales e internacionales, incrementar la visibilidad de su oferta turística y estimular la intención de viaje hacia el destino. En un entorno altamente competitivo, donde los viajeros toman decisiones a partir de múltiples fuentes de información y canales digitales, resulta fundamental desarrollar acciones de promoción que no solo generen reconocimiento de marca, sino que también contribuyan a la consideración, planificación y eventual materialización del viaje hacia la ciudad.

En este sentido, la estrategia de promoción de destino de Medellín deberá implementar una narrativa coherente, ya sea a través de la aplicación de la campaña de promoción oficial de destino y/o la narrativa de la Marca Ciudad Medellín aquí todo florece y deberá incentivar a las audiencias de los diferentes canales hacia el proceso de decisión de viaje.

Bajo este enfoque, las campañas desarrolladas a través de aerolíneas, OTA (Online Travel Agencies), GDS (Global Distribution Systems), metabuscadores y demás canales digitales de promoción turística, deberán articularse como parte de un ecosistema integral de marketing de destino orientado a la generación de resultados medibles.

Las acciones de promoción deberán incorporar mecanismos de seguimiento que permitan identificar la efectividad de cada campaña en términos de atracción de audiencias, interacción con los contenidos, generación de tráfico hacia los activos digitales del destino y potencial influencia sobre la decisión de viaje.

Para tal efecto, se promoverá la implementación de modelos de medición que permitan analizar el desempeño de las campañas mediante un embudo de conversión turístico, facilitando la trazabilidad de las audiencias desde la exposición inicial al mensaje promocional hasta las acciones de mayor valor para el destino. Dicho modelo deberá contemplar, en la medida de las posibilidades técnicas

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

de cada plataforma, indicadores asociados a:

- Impresiones o audiencias alcanzadas.
- Interacciones y clics generados.
- Tráfico dirigido hacia Medellín.Travel u otros activos digitales oficiales del destino.
- Usuarios interesados o leads generados.
- Consultas o búsquedas relacionadas con Medellín.
- Intención de viaje identificada.
- Interacciones con contenidos turísticos.
- Oportunidades de comercialización. Es por ello que se deberá llevar el control del embudo de conversión de la campaña, con seguimiento de efectividad de la misma, alineado a los indicadores de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.
- Reservas y/o, noches de alojamiento u otros indicadores de conversión cuando la plataforma lo permita.

2.4. Articulación con empresarios para la el desarrollo y/o apoyo de fam trips, press trip y/o blogs trips del segmento vacacional

Con el propósito de fortalecer el posicionamiento de Medellín como destino turístico vacacional en mercados nacionales e internacionales, se desarrollarán estrategias de articulación con empresarios del sector turístico, aerolíneas, hoteles, agencias de viajes, operadores turísticos, DMC (Destination Management Companies), gremios y demás actores de la cadena de valor para la estructuración y ejecución de viajes de familiarización (Fam Trips), viajes de prensa (Press Trips) y viajes de generación de contenido digital (Blog Trips).

Estas acciones constituyen una de las herramientas más efectivas dentro de la promoción turística de destinos, dado que permiten que tomadores de decisión, intermediarios de comercialización, periodistas especializados, medios de comunicación, creadores de contenido, influenciadores y líderes de opinión experimenten de primera mano la oferta turística de Medellín, generando posteriormente oportunidades de negocio, visibilidad mediática y contenidos orgánicos de alto impacto.

Los Fam Trips (Familiarization Trips) estarán orientados principalmente a la captación y fortalecimiento de canales de comercialización turística, mediante la invitación de mayoristas, agencias de viajes, tour operadores, DMCs, OTA's (Online Travel Agencies), aerolíneas y compradores especializados de mercados estratégicos nacionales e internacionales. Estos viajes tendrán como finalidad presentar la infraestructura turística de la ciudad, la conectividad aérea, la planta hotelera, los productos turísticos priorizados, las experiencias culturales, gastronómicas, de naturaleza, entretenimiento y turismo comunitario, así como los atributos diferenciales de Medellín como destino.

La realización de estos viajes permitirá generar procesos de negociación y relacionamiento comercial que faciliten la inclusión de Medellín en catálogos, paquetes turísticos, plataformas de

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

comercialización y programas de viaje de los principales actores de la industria, contribuyendo al incremento de la demanda turística hacia la ciudad.

Por su parte, los Press Trips estarán enfocados en la generación de visibilidad mediática a través de la participación de periodistas, corresponsales, medios especializados en turismo, estilo de vida, gastronomía, cultura, entretenimiento y negocios, tanto nacionales como internacionales. Mediante estas acciones se buscará promover la publicación de artículos, reportajes, entrevistas, especiales editoriales, programas de televisión, contenidos audiovisuales y demás formatos periodísticos que contribuyan al posicionamiento de Medellín en medios de amplia audiencia y alto reconocimiento.

De igual forma, se desarrollarán Blog Trips, entendidos como experiencias diseñadas para creadores de contenido digital, bloggers, v loggers, podcasters, fotógrafos, videógrafos, influenciadores y líderes de comunidades digitales con audiencias afines a los mercados objetivo del destino. Estas acciones tendrán como propósito generar contenido auténtico, experiencial y de alto alcance en plataformas digitales como Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, LinkedIn, blogs especializados y demás canales digitales relevantes para la promoción turística.

Los Blog Trips permitirán amplificar el alcance de la estrategia de promoción mediante la generación de contenidos orgánicos que inspiren el viaje, aumenten la visibilidad de los productos turísticos de Medellín y contribuyan a la construcción de una narrativa positiva y contemporánea del destino, especialmente en segmentos estratégicos como turismo cultural, gastronómico, de naturaleza, bienestar, entretenimiento, turismo comunitario y experiencias locales.

Para los Fam trips, press trip y blog trips, el contratista debe entregar material merch de la marca de ciudad según catálogo aprobado por la Alcaldía y tarjeta de bienvenida de la Secretaría.

Para la ejecución de estas acciones se promoverá la articulación público-privada mediante esquemas de cooperación con empresarios del sector turístico, quienes podrán aportar alojamiento, alimentación, transporte, experiencias, espacios para eventos, acceso a atractivos turísticos y demás componentes logísticos requeridos para el desarrollo de los viajes.

Asimismo, cada Fam Trip, Press Trip o Blog Trip deberá contar con una planeación estratégica que contemple, entre otros aspectos:

- Definición de objetivos de promoción y comercialización.
- Identificación de mercados priorizados.
- Selección y perfilamiento de participantes, donde se contemple los licenciarios de marca ciudad, todo aprobado por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.
- Agenda técnica y experiencial.
- Relacionamiento con empresarios locales.
- Ruedas de negocios o espacios de networking cuando aplique.
- Generación de contenidos y material promocional, el cual debe presentarse propuesta al inicio del contrato para aprobación de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

- Indicadores de seguimiento y medición de resultados.

Como parte de la gestión de resultados, se deberá realizar seguimiento a indicadores tales como:

- Número de viajes realizados.
- Número de participantes nacionales e internacionales.
- Mercados impactados.
- Alcance potencial de audiencias.
- Publicaciones generadas.
- Valor equivalente en medios (AVE).
- Alcance e impresiones digitales.
- Contenidos producidos.
- Contactos comerciales generados.
- Inclusión de Medellín en catálogos, paquetes o programas de comercialización.
- Oportunidades de negocio derivadas de los viajes.

Todos los apoyos requeridos para la realización de Fam Trips, Press Trips y Blog Trips deberán ser solicitados formalmente a la Secretaría de Turismo y Entretenimiento mediante comunicación escrita enviada al supervisor designado del contrato. La Secretaría evaluará la pertinencia estratégica de cada solicitud, su alineación con los mercados priorizados, los objetivos de promoción del destino y la disponibilidad de recursos, reservándose la facultad de aprobar, modificar, complementar o negar los apoyos solicitados, así como definir las acciones específicas a desarrollar, el alcance y modalidad de participación institucional en cada iniciativa. En este orden de ideas, también la Secretaría de Turismo y Entretenimiento podrá determinar si esas acciones se impulsan desde cero con los equipos internos, o se apoyan con alguna otra entidad.

Producto y/o entregable:

El contratista deberá presentar un informe técnico consolidado sobre el desarrollo y/o apoyo de los cuatro (4) Fam Trips, Press Trips y/o Blog Trips apoyados y articulados con empresarios de la ciudad, el cual deberá permitir evidenciar la planeación, ejecución, resultados e impactos generados por cada una de las acciones desarrolladas en el marco de la estrategia de promoción turística del destino.

El informe deberá presentarse de manera individual para cada actividad realizada y contener como mínimo los siguientes componentes:

Ficha técnica de la actividad

- Nombre del Fam Trip, Press Trip o Blog Trip.
- Fecha de realización.
- Duración de la visita.
- Mercados objetivo impactados.
- Tipo de acción desarrollada (comercial, prensa o generación de contenido).
- Objetivos específicos de la actividad.
- Entidades, empresarios y aliados participantes.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

- Productos turísticos, experiencias y territorios visitados.
- Segmento turístico promovido (vacacional, cultural, gastronómico, naturaleza, entretenimiento, turismo comunitario, bienestar, entre otros).

Caracterización de los participantes (Base de datos)

Relación detallada de los participantes invitados, incluyendo:

- Nombre completo.
- Empresa u organización representada.
- Cargo.
- País y ciudad de procedencia.
- Tipo de participante (mayorista, operador turístico, DMC, OTA, agencia de viajes, periodista, medio de comunicación, creador de contenido, influenciador, blogger, entre otros).
- Mercado estratégico al que pertenece.
- Alcance potencial de comercialización o audiencia impactada.

Cuando se trate de medios de comunicación o creadores de contenido, se deberá incluir información relacionada con:

- Medio o canal representado.
- Audiencia total.
- Nicho o temática principal.

Resultados de promoción y comercialización

El informe deberá incluir los resultados obtenidos durante y después de la actividad, tales como:

- Número de empresarios locales beneficiados y/o contactos estratégicos generados.
- Oportunidades de negocio identificadas.

Resultados de comunicación y posicionamiento

Para Press Trips y Blog Trips se deberán reportar indicadores de visibilidad y alcance, como por ejemplo:

Número de publicaciones generadas, número de artículos, reportajes o notas producidas, publicaciones en medios digitales, impresos, audiovisuales y/o especializados, publicaciones en redes sociales, videos, reels, blogs, podcasts y/o contenidos desarrollados.

El informe deberá incluir enlaces, capturas de pantalla y demás soportes que permitan verificar la generación efectiva de contenidos.

Indicadores de impacto promocional

Con el fin de medir la efectividad de la acción, el contratista deberá presentar un análisis de

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

resultados que contemple, según aplique:

- Audiencia potencial alcanzada.
- Alcance de la estrategia.
- Valor publicitario equivalente generado.
- Potencial de generación de visitantes.
- Participación de empresarios locales.

Evidencias

El informe deberá contener los soportes documentales de cada actividad, algunos de ellos son: (Se deben incluir los que correspondan a cada actividad)

- Registro fotográfico.
- Registro audiovisual.
- Agenda ejecutada.
- Listado de asistencia.
- Material promocional utilizado y aprobado por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.
- Presentaciones realizadas.
- Encuestas de satisfacción aplicadas, cuando corresponda.
- Publicaciones obtenidas.
- Enlaces verificables de contenido generado.
- Comunicaciones y reportes de seguimiento posteriores a la actividad.

Análisis y recomendaciones

Finalmente, el contratista deberá presentar un análisis técnico de los resultados obtenidos después de cada actividad, identificando:

- Logros alcanzados.
- Oportunidades de mejora.
- Recomendaciones para futuras acciones de promoción.

2.5. Campañas de promoción digital a través de OTA - Online Travel Agencies

Con el propósito de fortalecer la comercialización turística del destino Medellín e incentivar la demanda hacia los establecimientos de alojamiento turístico formalmente constituidos en el Distrito, se desarrollará una estrategia de promoción digital mediante la articulación con una (1) OTA (Online Travel Agency) de relevancia nacional o internacional, aprovechando su capacidad de distribución, segmentación de audiencias y generación de reservas.

Las OTA constituyen uno de los principales canales de comercialización turística a nivel global, al concentrar una parte significativa de las búsquedas, comparaciones y reservas realizadas por viajeros durante las etapas de planificación y compra del viaje. En este sentido, la estrategia buscará posicionar la oferta de alojamiento de Medellín ante usuarios con intención activa de viaje,

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

incrementando la visibilidad del destino y facilitando la conversión de dicha demanda en reservas efectivas.

La campaña deberá ejecutarse bajo la narrativa y los lineamientos de promoción del destino Medellín.travel, integrando la oferta de establecimientos de alojamiento formalizados que cumplan con los requisitos normativos vigentes, contribuyendo a la promoción de la formalidad turística y al fortalecimiento de la competitividad del sector alojamiento de la ciudad.

Todo lo anterior se realizará mediante la activación de contenidos digitales del destino orientados a turistas potenciales, que difundan de la oferta y productos turísticos oficiales del destino, y la consideración rigurosa de los mercados priorizados, sus motivaciones de viaje y la conectividad aérea actual. La gestión contractual y técnica de esta acción se verificará mediante la entrega de informes de supervisión que sustenten la justificación técnica de selección, las evidencias de ejecución gráfica y narrativa, los resultados de alcance y conversión (reservas/ROAS) y el análisis descriptivo integral del desempeño de la estrategia.

Las acciones podrán incluir:

- Implementación de campaña de promoción internacional y/o narrativa de Marca Ciudad dentro de canales digitales de una (1) Online Travel Agency.
- Media kit para implementación de acciones dirigidas a turistas potenciales de la OTA.
- Publicación de contenidos digitales de destino en medios y canales digitales de la OTA.
- Difusión de productos turísticos oficiales de destino.
- Consideración de mercados priorizados y conectividad aérea.

La selección de la OTA deberá sustentarse en criterios técnicos relacionados con su participación de mercado, cobertura geográfica, volumen de usuarios, capacidad de segmentación, presencia en mercados estratégicos para Medellín, herramientas de medición y potencial de generación de reservas para el destino.

Producto y/o entregable:

Informe técnico de ejecución de una (1) campaña de promoción digital realizada a través de una OTA (Online Travel Agency). El informe deberá contener lo siguiente:

Vinculación y selección de la OTA

Descripción detallada del proceso de identificación, evaluación y selección de la OTA participante, incluyendo:

Vinculación y selección de la OTA:

- Objetivo establecido para la ejecución.
- Mercado/s priorizados para ejecución.
- Resumen comparativo de plataformas OTA's evaluadas.
- Resultado del comparativo y justificación técnica de la OTA seleccionada.

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Descripción de Media Kit ejecutado, que deberá evidenciar:

- Objetivos de promoción internacional y formatos implementados para su cumplimiento.
- Tiempos de ejecución de la campaña de promoción internacional.
- Evidencia de aplicación de campaña de promoción internacional y/o Marca Ciudad en piezas y narrativa.
- Evidencia de integración de temática y/o producto turístico de destino seleccionado según los intereses del mercado.

Resultados de campaña de promoción:

- Impresiones y/o alcance generado a partir de la implementación de la campaña.
- Cantidad de reservas generadas (vuelos, actividades y/o noches en el destino).
- ROAS (si aplica) generado a partir de la implementación de la campaña.

Análisis de desempeño:

- Párrafo descriptivo que relacione los objetivos de campaña y su resultado, analizado frente a la OTA seleccionada bajo criterio técnico y acciones de media kit para el/los mercados establecidos.

2.6. Campañas de promoción para la visibilidad del destino en aerolíneas:

Con el propósito de fortalecer el posicionamiento nacional e internacional de Medellín y estimular la demanda turística hacia la ciudad, se desarrollarán acciones conjuntas de promoción con aerolíneas estratégicas que operen rutas nacionales e internacionales con origen o destino Medellín, aprovechando sus canales de comunicación, audiencias cautivas y plataformas comerciales para incrementar la visibilidad del destino en mercados priorizados.

Las aerolíneas constituyen uno de los principales aliados estratégicos en la promoción turística, debido a su capacidad para impactar viajeros en diferentes etapas del proceso de decisión de viaje, desde la inspiración y planificación hasta la compra y desplazamiento efectivo al destino.

La estrategia buscará desarrollar campañas cooperadas de mercadeo turístico (Co-Op Marketing), orientadas a posicionar a Medellín como destino vacacional, cultural, gastronómico, de entretenimiento, naturaleza, bienestar y turismo de reuniones, alineadas con los mercados priorizados por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.

Las acciones podrán desarrollarse mediante la utilización de medios propios y canales de comunicación de las aerolíneas, incluyendo, entre otros:

- Revistas a bordo.
- Newsletters dirigidos a bases de datos segmentadas.
- Portales web de las aerolíneas.
- Plataformas de reservas y compra de tickets.
- Pantallas y sistemas de entretenimiento a bordo.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

- Videos promocionales.
- Redes sociales de las aerolíneas.
- Material POP y señalización en aeropuertos.
- Campañas de pauta digital propias y/o en canales de terceros (aerolíneas).
- Landing pages y micrositios temáticos.

Las campañas deberán responder a una estrategia de promoción basada en mercados emisores prioritarios, estacionalidades, apertura de rutas, fortalecimiento de conectividad aérea y oportunidades de crecimiento identificadas por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento; además, todo el proceso de diagnóstico y planeación estratégica de la actividad deberá presentarse previamente al equipo de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento para su aprobación.

Producto y/o entregable

Informe técnico de ejecución de dos (2) campañas de promoción del destino Medellín realizadas en alianza con aerolíneas estratégicas. El informe deberá incluir lo siguiente:

Vinculación y selección de las Aerolíneas (2):

- Objetivo establecido para la ejecución.
- Mercado/s priorizados para ejecución.
- Resumen comparativo de aerolíneas evaluadas según el/los mercados priorizados.
- Resultado del comparativo y justificación técnica de las aerolíneas (2) seleccionadas.

Descripción de Media Kit ejecutado, que deberá evidenciar:

- Formatos implementados para su cumplimiento.
- Tiempos de ejecución de la campaña.
- Evidencia de aplicación de campaña de promoción internacional y/o Marca Ciudad en piezas y narrativa.
- Evidencia de integración de temática y/o producto turístico de destino seleccionado según los intereses del mercado.

Resultados de campaña de promoción:

- Impresiones y/o alcance generado a partir de la implementación de la campaña
- Cantidad de reservas generadas (por mercado, si aplica) gracias a la activación de la campaña. 33
- ROAS (si aplica) generado a partir de la implementación de la campaña.

Análisis de desempeño:

- Realizar un párrafo descriptivo que relacione los objetivos de campaña y sus resultados frente a las aerolíneas seleccionadas, así como estrategia el valor del media kit para el/los mercados establecidos y los resultados obtenidos.

2.7. GDS Estrategia de posicionamiento y comercialización del destino Medellín a través de GDS (Global Distribution Systems)

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Para optimizar la presencia y distribución digital del destino en el segmento B2B e impactar directamente a agencias de viajes internacionales y gestoras de viajes corporativos, la campaña de promoción digital a través del GDS (1) busca posicionar la oferta turística de Medellín dentro de las pantallas de reserva global (como Amadeus o Sabre), incrementar la visibilidad de los prestadores locales en los canales de venta del canal profesional y estimular la conversión de reservas hacia el destino mediante incentivos y media kit dirigido al intermediario comercial.

Evaluación, selección y justificación técnica de la plataforma GDS

Consiste en la definición de objetivos y selección de mercados emisores priorizados a impactar, junto con la elaboración del cuadro comparativo técnico que sustente la elección de la plataforma GDS (como Amadeus, Sabre o Travelport) con mayor cobertura comercial estratégica para el mercado (s) seleccionado y oferta turística oficial a promocionar.

Estructuración e implementación del Media Kit promocional B2B

Comprende el despliegue de evidencias de formatos digitales, piezas gráficas y narrativas implementadas y alineadas al producto turístico seleccionado, ejecutados durante el cronograma definido para la campaña que impacta a agentes de viajes e intermediarios en los mercados objetivo.

Consolidación de resultados y análisis técnico de desempeño

Abarca la recopilación de resultados numéricos derivados de la campaña de promoción, puede abarcar: alcance y/o impresiones, resultados conversión comercial (reservas) y rendimiento financiero (ROAS), dependiendo del caso.

Por último, la entrega culmina en la entrega del análisis descriptivo que evalúe la efectividad de la campaña frente a los objetivos trazados.

Producto y/o Entregable:

Tras la ejecución de las acciones de promoción digital a través del (1) GDS se debe entregar un informe técnico de ejecución de la campaña de promoción turística internacional que incluya:

Vinculación y selección de GDS:

- Mercado/s priorizado/s seleccionado/s para ejecución
- Resumen comparativo de GDS evaluados según el/los mercados priorizados.
- Resultado del comparativo y justificación técnica del GDS seleccionado.

Descripción de Media Kit ejecutado, que deberá evidenciar:

- Formatos implementados para el cumplimiento.
- Tiempos de ejecución de la campaña de promoción internacional.
- Evidencia de aplicación de campaña de promoción internacional y/o Marca Ciudad en piezas y narrativa.
- Evidencia de integración de temática y/o producto turístico de destino seleccionado según los intereses del mercado.

Resultados de campaña de promoción:

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

- Impresiones y/o alcance generado a partir de la implementación de la campaña
- Cantidad de reservas generadas.
- ROAS (si aplica) generado a partir de la implementación de la campaña

Análisis de desempeño:

- Párrafo descriptivo que relacione los objetivos de campaña, sus resultados, frente al GDS y estrategia media kit para el/los mercados establecidos.

2.8. Metabuscadores:

Estrategia de promoción digital del destino Medellín a través de metabuscadores turísticos. Con el propósito de incrementar la visibilidad digital de Medellín en los procesos de inspiración y planificación de viaje, se implementarán acciones promocionales a través de metabuscadores turísticos, entendidos como plataformas que agregan y comparan información proveniente de múltiples proveedores de servicios turísticos y que constituyen uno de los principales canales de consulta utilizados por viajeros durante la fase de búsqueda y toma de decisión.

Los metabuscadores permiten posicionar al destino frente a usuarios con una intención activa de viaje, facilitando la exposición de Medellín en momentos clave del proceso de compra y generando oportunidades para atraer visitantes hacia la ciudad.

La estrategia podrá desarrollarse mediante plataformas especializadas tales como Google Travel, Google Hotel Ads, Google Things to Do, Kayak, Skyscanner, Trivago, Tripadvisor, Expedia Travel Ads y otros canales equivalentes con alcance en mercados estratégicos.

Las acciones podrán incluir:

- Campañas de promoción de destino.
- Visibilidad de productos turísticos.
- Segmentación por mercados priorizados.
- Integración con activos digitales del destino.

Producto y/o entregable:

Informe técnico sobre la implementación de la estrategia en un (1) metabuscador turístico que incluya lo siguiente:

- Vinculación y selección de metabuscador:

Objetivo establecido para la ejecución.

Mercado/s priorizados para ejecución.

Resumen comparativo de metabuscadores evaluados según el/los mercados priorizados.

Resultado del comparativo y justificación técnica del Metabuscador seleccionado.

- Descripción de Media Kit ejecutado, que deberá evidenciar:

Formatos implementados para su cumplimiento.

Tiempos de ejecución de la campaña de promoción internacional.

Evidencia de aplicación de campaña de promoción internacional y/o Marca Ciudad en piezas y narrativa.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Evidencia de integración de temática y/o producto turístico de destino seleccionado según los intereses del mercado.

· Resultados de campaña de promoción:

Impresiones derivadas de la campaña.

Alcance derivado de la campaña.

Cantidad de clics y CTR vinculados a Medellín.

Cantidad de búsquedas por el/los mercados priorizados para la campaña.

· Análisis de desempeño:

Realizar un párrafo descriptivo que relacione los objetivos de campaña, sus resultados, frente al Metabusador y estrategia media kit para el/los mercados establecidos.

ACCIÓN: CAMPAÑAS DE DIVULGACIÓN

Las campañas de divulgación constituyen uno de los pilares fundamentales de la estrategia de promoción turística de Medellín, al permitir posicionar de manera permanente los atributos, experiencias, productos turísticos y ventajas competitivas del destino ante audiencias nacionales e internacionales durante las diferentes etapas del ciclo de viaje.

A diferencia de las campañas de promoción orientadas a la comercialización y conversión, las campañas de divulgación tienen como propósito principal incrementar el reconocimiento, la recordación y la consideración del destino mediante la generación y distribución continua de contenidos relevantes, inspiracionales, informativos y experienciales que fortalezcan la presencia digital de Medellín en los mercados priorizados.

Estas acciones se fundamentan en una estrategia de marketing de contenidos que busca acompañar al viajero desde las etapas iniciales de inspiración e imaginario de viaje hasta las fases de planificación y decisión, contribuyendo al posicionamiento de Medellín como un destino diverso, innovador, sostenible y competitivo.

La divulgación del destino se desarrollará mediante la articulación de medios propios, medios ganados y medios pagados, integrando canales digitales, plataformas audiovisuales, ecosistemas de contenido, redes sociales, herramientas de posicionamiento orgánico (SEO), estrategias de pauta digital (SEM), acciones ATL y BTL, así como formatos emergentes de comunicación orientados a las nuevas dinámicas de consumo de información turística.

La estrategia deberá operar bajo una lógica de ecosistema digital integrado, donde cada contenido y cada acción de divulgación contribuyan a fortalecer la visibilidad del destino, incrementar la interacción con las audiencias, generar tráfico hacia Medellín.travel y alimentar progresivamente el embudo de conversión turístico definido por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.

En consecuencia, los resultados deberán medirse no solo en términos de alcance y visibilidad, sino

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

también mediante indicadores que permitan comprender el comportamiento de las audiencias y su tránsito a través de las diferentes etapas del funnel digital, incluyendo métricas asociadas a alcance, interacción, tráfico web, consumo de contenidos, generación de audiencias calificadas e intención de viaje.

2.9. Plan de medios digitales

Con el propósito de fortalecer el posicionamiento internacional de Medellín como destino turístico y consolidar una comunidad digital interesada en la ciudad, se desarrollarán seis (6) planes de medios digitales orientados a incrementar la visibilidad de la oferta turística del destino, estimular la inspiración de viaje y generar tráfico hacia el ecosistema digital oficial de promoción turística de Medellín.

La estrategia se fundamentará en la gestión integral de canales digitales propios, entendidos como herramientas estratégicas para la difusión permanente de contenidos turísticos, la interacción con potenciales visitantes y la construcción de audiencias segmentadas en mercados prioritarios.

Los planes de medios deberán articular acciones orgánicas y pagas mediante una estrategia de contenidos, posicionamiento SEO y optimización continua de audiencias, con el fin de fortalecer la presencia digital del destino y maximizar el rendimiento de las inversiones realizadas.

La gestión comprenderá, entre otros aspectos:

- Planeación estratégica de contenidos.
- Administración de redes sociales.
- Nutrición general del ecosistema.
- Actualización y publicación de contenidos app y web de medellin.travel.
- Gestión de comunidades digitales.
- Publicación y programación de contenidos orgánicos en redes sociales..
- Monitoreo de conversaciones.
- Atención e interacción con usuarios.
- Gestión de campañas de pauta digital.
- Optimización de audiencias.
- Análisis de métricas y generación de recomendaciones.

La administración de redes sociales deberá contemplar el mantenimiento y la nutrición de cada uno de los canales oficiales del destino:

Instagram

Canal principal para la inspiración de viaje mediante formatos visuales, fotografías, reels, carruseles y narrativas experienciales que promuevan los productos turísticos y la identidad del destino.

TikTok

Plataforma orientada a la generación de contenidos dinámicos, virales y de alto alcance que

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

permitan conectar con nuevas audiencias y fortalecer el posicionamiento aspiracional de Medellín.

Facebook

Canal para la divulgación de información de valor, generación de comunidad, interacción con viajeros y difusión de eventos, novedades y recomendaciones turísticas.

Spotify

Canal de audio marketing orientado a fortalecer la narrativa del destino mediante podcasts, contenidos sonoros, relatos de ciudad, experiencias inmersivas, listas de reproducción y formatos innovadores de comunicación turística.

YouTube

Plataforma audiovisual para la publicación de contenidos de larga duración, campañas de destino, guías de viaje, productos turísticos, historias de ciudad.

Producto y/o Entregable

Informe mensual de ejecución del Plan de Medios Digitales. El informe deberá incluir lo siguiente:

Especificaciones del plan de medios digitales para la guía oficial de ciudad:

- Mercados impactados.
- Frecuencia de publicación.
- Relación de contenidos publicados por medios.
- Campaña(s) digital(es) implementada(s) en el mes.
- Formatos implementados por cada medio.
- Productos turísticos oficiales destacados durante el mes.
- Eventos de interés turístico comunicados durante el mes.

Resultados generales mensuales Redes Sociales:

- Alcance generado en el ecosistema.
- Interacciones obtenidas.
- Tráfico desde redes sociales hacia medellin.travel.
- Evidencia de publicación y contenidos con mejor desempeño.
- Conclusiones y/o recomendaciones, si aplica.

Resultados generales del ecosistema digital web y app:

- Tráfico total del período, por usuario únicos.
- Principales fuentes de tráfico, por usuarios únicos.
- Principales países que visitaron medellin.travel, por usuarios únicos.
- Cantidad de descargas de la app discriminados por tienda.
- Principales países de descarga.
- Conclusiones y/o recomendaciones, si aplica.

Así mismo, se deberá incluir el consolidado de estos indicadores del año 2026 y especificado por

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

cada período mes a mes a partir de agosto 2026 y deberá incluir un análisis del comportamiento de las audiencias dentro del embudo digital de conversión, identificando la contribución de los canales digitales a la generación de tráfico, interés e intención de viaje hacia Medellín. Este informe deberá contener el resultado del mes y el consolidado de la vigencia del contrato.

2.10. Generación de contenidos para medios ATL, BTL y DIGITAL.

Con el propósito de garantizar una comunicación consistente, estratégica y alineada con los objetivos de posicionamiento del destino, se desarrollará un proceso permanente de ideación, producción y adaptación de contenidos para medios ATL, BTL y digitales, orientado a visibilizar los atributos diferenciales de Medellín y fortalecer la narrativa turística de la ciudad en mercados nacionales e internacionales.

Los contenidos constituyen el principal activo de comunicación de la estrategia de promoción turística, ya que permiten inspirar, informar, educar y movilizar a los potenciales viajeros a través de formatos adaptados a los diferentes canales, plataformas y etapas del proceso de decisión de viaje.

La generación de contenidos deberá responder a los lineamientos de marca del destino, las prioridades estratégicas definidas por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento y los productos turísticos priorizados para cada mercado objetivo.

La producción comprenderá contenidos para medios ATL, BTL y digitales, incluyendo formatos gráficos, audiovisuales, fotográficos, sonoros, editoriales e interactivos, adaptados a las características técnicas y narrativas de cada canal de comunicación.

El proceso deberá contemplar las siguientes etapas:

Preproducción:

Estará basada en los lineamientos estratégicos y tácticos, definidos por cada acción del componente de promoción:

- Búsqueda de tendencias digitales basadas en algoritmos, viajes y de marketing de destino.
- Definición de formatos.
- Planeación logística y técnica. (Cuando aplique)
- Definición de objetivos de comunicación.

Producción

- Grabación audiovisual y rodajes en campo. (cuando aplique)
- Producción fotográfica y sesiones en campo. (cuando aplique)
- Elaboración de guiones y copies (Cuando aplique).
- Redacción de artículos para diferentes públicos, formatos y medios.
- Cobertura de eventos y actividades estratégicas.

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Postproducción

- Edición de video. (cuando aplique)
- Diseño gráfico y arte finalización. (cuando aplique)
- Diagramación de presentaciones de destino.
- Animación. (cuando aplique) # Adaptación de formatos. (cuando aplique)
- Subtitulación. (cuando aplique)
- Traducción. (cuando aplique)

Producto y/o Entregable

Informe mensual de generación de contenidos para medios ATL, BTL y digitales.

El informe deberá incluir lo siguiente:

- Parrilla de contenidos desarrollada durante el periodo.
- Cantidad de contenidos generados para medios ATL, con tipo de formato y medio de difusión.
- Cantidad de contenidos generados para medios BTL, con tipo de formato, medio y/o canal de difusión.
- Cantidad de contenidos generados para medios y canales digitales, con tipo de formato, medio y/o canal de difusión.
- Cada reporte deberá relacionar un texto descriptivo referente a las acciones realizadas para la promoción turística del destino.

2.11. Gestión con medios de comunicación

Con el fin de fortalecer la reputación turística de Medellín en mercados nacionales e internacionales, se desarrollarán acciones permanentes de relacionamiento con medios de comunicación especializados y de interés general, mediante la producción y distribución de contenidos periodísticos que destaquen los atributos diferenciales del destino, su conectividad, agenda de eventos, experiencias turísticas, reconocimientos, cifras de desempeño y demás aspectos relevantes para la promoción turística.

Estas acciones incluirán la elaboración de kits de prensa, comunicados, notas informativas, banco de recursos audiovisuales y acompañamiento a solicitudes periodísticas que permitan facilitar la cobertura del destino por parte de medios nacionales e internacionales.

La gestión buscará generar publicaciones positivas que fortalezcan la percepción de Medellín como un destino innovador, sostenible, seguro, diverso y competitivo para el turismo vacacional, de reuniones, entretenimiento, salud y experiencias.

Producto y/o entregable:

Informe que presente la gestión de 5 kits de prensa, incluyendo:

- Evidencia de envío de mail y evidencia de su respectivo diseño y estructuración.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

- Reporte y descripción de temáticas abordadas, productos turísticos oficiales y/o eventos de interés turísticos incluidos.
- Cantidad de contactos de envío de información.
- Alcance.
- Tasa de apertura con relación a la base de datos inicial.
- Clics en el enlace.
- Publicaciones obtenidas.

2.12. Publicación en revistas especializadas de turismo

Con el propósito de ampliar el alcance de los mensajes estratégicos del destino, se desarrollarán contenidos periodísticos de alto valor informativo que serán distribuidos a través de agencias nacionales e internacionales de noticias y medios especializados en turismo, viajes, estilo de vida, negocios y conectividad aérea.

La amplificación permitirá que los contenidos del destino lleguen a audiencias especializadas, medios regionales, nacionales e internacionales, generando una mayor exposición mediática y fortaleciendo la presencia de Medellín en mercados prioritarios. Estos contenidos deberán ser aprobados previamente por la secretaria de Turismo y Entretenimiento.

Los contenidos estarán alineados con los pilares estratégicos de promoción turística, incluyendo:

- Turismo vacacional.
- Turismo de reuniones.
- Turismo de entretenimiento.
- Turismo de salud y bienestar.
- Conectividad aérea.
- Sostenibilidad y turismo responsable.
- Marca Medellín.
- Turismo responsable.
- Atractivos turísticos.
- Agenda de ciudad, nuevos espacios, entre otros.

Producto y/o entregable:

Informe que presente la gestión de una publicación en una (1) revista especializada. El informe deberá incluir:

- Reporte y descripción de temáticas abordadas, productos turísticos oficiales y/o eventos de interés turísticos incluidos.
- Medio seleccionado.
- Mercado objetivo.
- Alcance estimado.
- Evidencia de publicación.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

- Resultados obtenidos (dependiendo del medio).

2.13. Publicación en medios especializados de la industria vacacional

Con el objetivo de incrementar la intención de viaje hacia Medellín y fortalecer el posicionamiento internacional del destino, se desarrollará y gestionará la publicación de contenido editorial en una revista especializada de turismo, viajes o estilo de vida de alcance nacional o internacional.

La publicación buscará destacar los atributos diferenciales del destino, sus experiencias, conectividad aérea, oferta cultural, gastronómica y de entretenimiento, contribuyendo a inspirar la decisión de viaje de potenciales visitantes. Esta publicación deberá ser aprobada previamente por la secretaria de Turismo y Entretenimiento.

Producto y/o entregable:

Informe que presente la gestión de una publicación en un (1) medio especializado de la industria vacacional, el informe deberá incluir:

- Medio utilizado.
- Perfiles -Público objetivo.
- Resultados generales de las publicaciones.
- Evidencias
- Mercados impactados
- Publicaciones en digital (Repositorio)

2.14. Monitoreo de publicaciones en medios internacionales

Estructurar e implementar un modelo de seguimiento, auditoría técnica, valoración económica y gestión reputacional sobre las publicaciones turísticas que se difundan en medios de comunicación internacionales para los segmentos B2B y B2C, como resultado de la estrategia de promoción de Medellín, enfocando las acciones en:

- Rastrear y auditar publicaciones B2B/B2C: Capturar y verificar técnicamente los contenidos turísticos difundidos sobre Medellín en medios internacionales para asegurar su calidad y alineación con la narrativa del destino.
- Medir la valoración económica y el alcance: Cuantificar el impacto comercial y el valor económico del espacio logrado en prensa externa para determinar el retorno de la inversión de la promoción.
- Clasificar y gestionar la reputación: Aplicar el esquema de semaforización en tiempo real para alertar sobre riesgos o fortalezas informativas y orientar la toma de decisiones estratégicas.

Producto y/o entregable:

Informe mensual (5) de monitoreo que incluya lo siguiente:

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

- Inventario de publicaciones identificadas.
- Clasificación por mercado.
- Valoración cualitativa.
- Impacto de la publicación
- Semaforización de reputación (positivo, negativo, neutro).
- Insights.
- Análisis y conclusiones

2.15. Desarrollar acciones de comunicación y/o relacionamiento con las aerolíneas

Articular alianzas estratégicas con las aerolíneas que conectan a Medellín con el mundo para respaldar sus apuestas de crecimiento y conectividad internacional. Esto se ejecutará mediante acciones conjuntas de promoción, mercadeo y visibilidad que fortalezcan la demanda en mercados clave, estimulen la comercialización de las frecuencias existentes y potencien la atracción y sostenibilidad de nuevas rutas, donde se contemplan acciones como:

- Planes de visibilidad y difusión en medios: Desarrollo de ruedas de prensa conjuntas, posicionamiento de hitos de conectividad y pauta en medios masivos e internacionales de alto alcance en los mercados de origen.
- Viajes de familiarización (Fam & Press Trips): Organización de viajes de experiencia dirigidos a periodistas, creadores de contenido y agentes de viajes estratégicos para promocionar las rutas aéreas y sus destinos de origen/destino.
- Campañas de mercadeo y publicidad cooperada: Ejecución de alianzas publicitarias (co-branding) en canales digitales, agencias de viajes en línea (OTAs) y plataformas propias de las aerolíneas (in-flight media, revistas de a bordo y boletines).
- Activaciones comerciales y eventos de relacionamiento: Realización de presentaciones de destino (roadshows) y ruedas de negocios B2B en las ciudades de origen de los vuelos para impulsar la venta de sillas en alianza con el canal mayorista.

Producto y/o entregable:

Informe técnico de ejecución y soporte de dos (2) acciones de promoción estratégicas de conectividad aérea. Documento técnico y soporte de gestión que evidencie el desarrollo y los resultados de dos (2) acciones de promoción ejecutadas en alianza con aerolíneas, el informe deberá consolidar lo siguiente:

- Ficha técnica de la actividad.
- Actividades realizadas
- Resultados generados
- Conclusiones
- Evidencias
- Caracterización de la acción (Aerolíneas participantes, mercado objetivo, objetivo de la acción, justificación estratégica).

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

2.16. Influencer Marketing internacionales

La estrategia de influenciadores internacionales busca posicionar a Medellín en mercados priorizados mediante contenido auténtico creado por perfiles con audiencias potencialmente atractivas para el público final (B2C). Al experimentar la oferta de gastronomía, cultura, naturaleza y entretenimiento, los creadores transmiten recomendaciones cercanas que inspiran e impactan directamente la decisión de viaje del turista digital. Esta acción renueva la imagen internacional del destino en tiempo real, mostrando una ciudad cultural, innovadora y de transformación, a través de una narrativa experiencial.

La actividad incluye:

- Identificación, selección y gestión de perfiles de un (1) influenciador alineado con los mercados y segmentos priorizados.
- Coordinación de visitas y recorridos en destino.
- Diseño y coordinación de agendas e itinerarios turísticos.
- Gestión logística de las actividades, incluyendo:
- Gestión de vuelos, transporte y recepción en destino.
- Gestión de alojamiento y alimentación durante la estadía.
- Coordinación del transporte interno para el desarrollo de las actividades.
- Producción y entrega de kits de ciudad a influenciadores.
- Articulación con aliados y actores del sector turístico para la realización de experiencias en el destino.
- Gestión de autorizaciones relacionadas con el tratamiento de datos personales y los derechos de uso de imagen de los influenciadores, cuando aplique.
- Acompañamiento y coordinación durante el desarrollo de las actividades en destino.
- Generación y difusión de contenidos desde el ecosistema digital de Medellín Travel.

Producto y/o entregable:

Informe de gestión que describa las acciones desarrolladas para la planificación, coordinación y ejecución de la visita de uno (1) influenciador al destino, incluyendo la relación de perfiles gestionados, las actividades realizadas, los recorridos e itinerarios coordinados y las acciones de acompañamiento. Así como el reporte de evidencias de la difusión realizada a través de Medellín Travel.

3. COMPONENTE: TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN DIGITAL PARA MARKETING DEL DESTINO

La transformación digital se ha convertido en un factor determinante para la competitividad de los destinos turísticos. Los viajeros actuales planifican, comparan, reservan y comparten sus experiencias a través de entornos digitales, por lo que disponer de una infraestructura tecnológica robusta, segura y escalable es fundamental para garantizar una adecuada experiencia de usuario y maximizar el impacto de las acciones de promoción turística.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Este componente tiene como propósito garantizar la operación, disponibilidad, seguridad y evolución tecnológica del ecosistema digital de promoción turística de Medellín, compuesto por el portal Medellín.Travel, sus micrositios especializados, aplicaciones móviles, herramientas de planificación de viaje, asistentes virtuales, integraciones tecnológicas y demás activos digitales del destino.

Las acciones contempladas permitirán fortalecer la experiencia digital de los visitantes potenciales y reales, optimizar el acceso a la información turística, mejorar el posicionamiento del destino en entornos digitales y garantizar la continuidad operativa de los canales oficiales de promoción turística de la ciudad.

ACCIÓN: Administración técnica del ecosistema (Web y App) de Medellín.Travel

La administración técnica del ecosistema digital tiene como finalidad garantizar el correcto funcionamiento de los activos tecnológicos que soportan la estrategia de promoción turística de Medellín, asegurando altos niveles de disponibilidad, seguridad, rendimiento y capacidad de crecimiento ante el aumento de la demanda digital del destino.

Esta acción comprende el monitoreo permanente de la infraestructura tecnológica, la administración de servidores y servicios en la nube, la gestión de seguridad informática, la optimización del rendimiento y la implementación de mecanismos de respaldo y recuperación que permitan garantizar la continuidad operativa de los servicios digitales.

3.1. Monitoreo continuo de la infraestructura

Con el propósito de garantizar la disponibilidad, estabilidad y adecuado funcionamiento del ecosistema digital Medellín.Travel, se realizará el monitoreo permanente de la infraestructura tecnológica que soporta el sitio web, la aplicación móvil y los servicios asociados a la operación de los activos digitales de promoción turística del destino.

Esta actividad permitirá identificar de manera oportuna incidentes, riesgos operativos, variaciones en el rendimiento o afectaciones que puedan impactar la experiencia de los usuarios, facilitando la toma de acciones preventivas y correctivas que contribuyan a la continuidad de los servicios digitales y al adecuado funcionamiento de las plataformas tecnológicas.

Las actividades contemplarán:

- Monitoreo permanente de la disponibilidad de la infraestructura tecnológica.
- Seguimiento al rendimiento de los servicios digitales asociados al portal y la aplicación.
- Monitoreo del consumo de recursos tecnológicos.
- Identificación y análisis de picos de tráfico y comportamiento de la demanda.
- Seguimiento a indicadores de desempeño de la plataforma.
- Detección temprana de incidentes y eventos que puedan afectar la operación.
- Configuración y gestión de alertas para eventos críticos.

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

- Verificación de la estabilidad de ambientes tecnológicos y servicios asociados.
- Seguimiento al comportamiento de la infraestructura durante campañas, eventos o temporadas de alta demanda turística.
- Generación de reportes de monitoreo y análisis de desempeño.

Estas acciones contribuirán a garantizar la continuidad operativa del ecosistema digital Medellín.Travel, optimizar el desempeño de los servicios tecnológicos, reducir riesgos de indisponibilidad y fortalecer la experiencia digital de los usuarios que consultan la oferta turística de la ciudad.

Producto y/o entregable

Informe mensual de monitoreo de infraestructura tecnológica que incluya lo siguiente:

- Indicadores de disponibilidad de la plataforma.
- Comportamiento del rendimiento de los servicios digitales.
- Registro de incidentes identificados.
- Alertas generadas y acciones implementadas.
- Análisis de consumo de recursos tecnológicos.
- Comportamiento de la infraestructura frente a variaciones de tráfico.
- Principales hallazgos identificados.
- Acciones preventivas y correctivas ejecutadas.
- Recomendaciones para la optimización de la infraestructura.
- Evidencias de monitoreo y seguimiento realizado.

3.2. Gestión de seguridad y respaldos

Con el fin de garantizar la protección, integridad, disponibilidad y continuidad operativa del ecosistema digital Medellín.Travel, se desarrollarán acciones permanentes de gestión de seguridad tecnológica y administración de respaldos de información, orientadas a minimizar riesgos asociados a incidentes de seguridad, accesos no autorizados, pérdida de información o afectaciones en la operación de los activos digitales del destino.

Esta actividad permitirá fortalecer los mecanismos de protección de la infraestructura tecnológica, los contenidos administrados y los servicios digitales asociados a la promoción turística de Medellín, asegurando condiciones adecuadas para la prestación continua de los servicios y la recuperación de la información ante eventuales contingencias.

Las actividades contemplarán:

- Administración y control de accesos a los diferentes entornos y plataformas tecnológicas.
- Gestión y actualización de certificados digitales y mecanismos de seguridad asociados.
- Implementación y aplicación de actualizaciones de seguridad y parches tecnológicos.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

- Monitoreo de vulnerabilidades y riesgos de seguridad informática.
- Seguimiento a eventos e incidentes de seguridad que puedan afectar la operación de la plataforma.
- Ejecución de copias de seguridad periódicas de la información y los componentes tecnológicos críticos.
- Gestión de políticas de respaldo y conservación de información.
- Validación de la integridad y disponibilidad de los respaldos realizados.
- Ejecución de pruebas de restauración para verificar la capacidad de recuperación de la información.
- Implementación de acciones preventivas y correctivas derivadas de hallazgos de seguridad.
- Generación de reportes de seguimiento y control de la seguridad tecnológica.

Estas acciones contribuirán a fortalecer la resiliencia tecnológica del ecosistema digital Medellín.Travel, reducir riesgos asociados a la operación de los activos digitales, proteger la información estratégica del destino y garantizar la continuidad de los servicios tecnológicos que soportan la promoción turística de la ciudad.

Producto y/o entregable

Informe mensual de gestión de seguridad y respaldos que incluya lo siguiente:

- Actividades de seguridad implementadas durante el periodo.
- Gestión de accesos y controles de seguridad ejecutados.
- Actualizaciones y parches de seguridad aplicados.
- Vulnerabilidades o riesgos identificados y acciones implementadas para su mitigación.
- Copias de seguridad realizadas.
- Resultados de las pruebas de restauración efectuadas.
- Incidentes de seguridad registrados y gestión realizada.
- Acciones preventivas y correctivas implementadas.
- Recomendaciones para el fortalecimiento de la seguridad tecnológica.
- Evidencias de las actividades desarrolladas.

3.3. Gestión y escalamiento de hosting/nube

Con el propósito de garantizar la disponibilidad, estabilidad, escalabilidad y adecuado desempeño del ecosistema digital Medellín.Travel, se desarrollarán acciones de administración y optimización de los servicios de hosting, infraestructura en nube y demás recursos tecnológicos que soportan la operación del sitio web, la aplicación móvil y los servicios asociados a la promoción turística del destino.

Esta actividad permitirá asegurar que la infraestructura tecnológica responda de manera eficiente a las necesidades operativas de la plataforma, especialmente durante periodos de alta demanda, campañas de promoción, eventos de ciudad o temporadas turísticas, garantizando una experiencia de navegación estable y segura para los usuarios.

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Las actividades contemplarán:

- Administración de los servicios de hosting e infraestructura tecnológica.
- Gestión y monitoreo de recursos en ambientes de nube y servidores asociados.
- Seguimiento al desempeño y capacidad de la infraestructura tecnológica.
- Ajuste y escalamiento de recursos de acuerdo con la demanda de usuarios y el comportamiento del tráfico.
- Optimización de la capacidad operativa durante campañas, eventos y temporadas de alta afluencia turística.
- Gestión de ambientes de desarrollo, pruebas y producción.
- Control y seguimiento de versiones de los componentes tecnológicos de la plataforma.
- Actualización y mantenimiento de la documentación técnica asociada a la arquitectura tecnológica.
- Verificación de la disponibilidad y estabilidad de los servicios alojados.
- Implementación de acciones orientadas a mejorar la eficiencia y sostenibilidad de la infraestructura tecnológica.
- Generación de reportes de capacidad, consumo y desempeño de los servicios administrados.
- Estas acciones contribuirán a garantizar la continuidad operativa del ecosistema digital Medellín.Travel, optimizar el uso de los recursos tecnológicos, fortalecer la capacidad de respuesta frente a incrementos en la demanda y asegurar una infraestructura preparada para soportar las necesidades presentes y futuras de promoción turística del destino.

Producto y/o entregable

Informe mensual de gestión y escalamiento de infraestructura tecnológica que incluya lo siguiente:

- Estado de los servicios de hosting e infraestructura administrados.
- Indicadores de capacidad, disponibilidad y desempeño.
- Consumo de recursos tecnológicos durante el periodo.
- Ajustes de capacidad y escalamiento realizados.
- Gestión de ambientes tecnológicos.
- Control y seguimiento de versiones implementadas.
- Actualización de documentación técnica y arquitectura tecnológica.
- Incidentes relacionados con infraestructura y acciones implementadas.
- Recomendaciones para optimización y fortalecimiento de la infraestructura.
- Evidencias de las actividades desarrolladas.

ACCIÓN: Actualización de la plataforma web Medellín.Travel

La actualización permanente de Medellín.Travel constituye una acción estratégica para garantizar que los activos digitales de promoción turística de la ciudad respondan a las necesidades de los viajeros, a las dinámicas del mercado turístico y a las tendencias de transformación digital aplicadas a la promoción de destinos.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Esta acción comprende la implementación de mejoras tecnológicas, funcionales y de experiencia de usuario orientadas a fortalecer la capacidad de Medellín.Travel como principal canal digital de información, inspiración, promoción y orientación turística del destino. Asimismo, busca optimizar el acceso a la información, mejorar la interacción de los usuarios con la plataforma y fortalecer la visibilidad de la oferta turística de la ciudad en entornos digitales.

Las actividades desarrolladas permitirán mantener una plataforma actualizada, segura, eficiente y alineada con las estrategias de promoción turística de Medellín, favoreciendo la generación de experiencias digitales de calidad para visitantes potenciales y turistas que consultan el portal durante las diferentes etapas de su proceso de viaje.

Esta acción fortalece la estrategia de promoción digital de Medellín mediante la mejora continua de los activos tecnológicos utilizados para la promoción turística del destino. Para la Secretaría de Turismo y Entretenimiento, contribuye a optimizar la gestión de contenidos, mejorar la experiencia digital de los usuarios y fortalecer la capacidad institucional para promocionar la ciudad en mercados nacionales e internacionales.

Para la ciudad, estas acciones permiten incrementar la visibilidad de la oferta turística, facilitar el acceso a información relevante para los visitantes y fortalecer el posicionamiento digital de Medellín como destino innovador, competitivo y conectado con las tendencias globales del turismo.

3.4. Optimización de rendimiento y experiencia (UX/UI)

Se desarrollarán acciones orientadas a mejorar el desempeño, la accesibilidad, la usabilidad y la experiencia de navegación de la plataforma Medellín.Travel, con el fin de garantizar una interacción eficiente, intuitiva y satisfactoria para los usuarios que consultan la información turística del destino desde diferentes dispositivos y canales digitales.

Las actividades estarán enfocadas en fortalecer la capacidad de la plataforma para inspirar, informar y orientar a los visitantes potenciales y reales, optimizando aspectos técnicos y funcionales que contribuyan al posicionamiento digital del destino y a la mejora continua de la experiencia de usuario.

Las actividades contemplarán:

- Optimización de tiempos de carga y rendimiento general de la plataforma.
- Optimización de código fuente y componentes tecnológicos.
- Optimización de bases de datos y recursos asociados al funcionamiento del portal.
- Optimización de imágenes, videos y demás recursos multimedia.
- Revisión y mejora de la arquitectura de navegación y estructura de contenidos.
- Fortalecimiento de la experiencia de navegación en dispositivos móviles bajo criterios Mobile First.
- Implementación de mejoras en accesibilidad digital.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

- Ajustes de diseño visual e interfaz de usuario (UI).
- Mejoras en la experiencia de usuario (UX) orientadas a facilitar la consulta de información turística.
- Optimización de procesos de búsqueda, consulta y navegación dentro de la plataforma.
- Implementación de buenas prácticas para posicionamiento SEO técnico.
- Identificación e implementación de mejoras derivadas de analítica digital y comportamiento de usuarios.

Estas acciones permitirán mejorar la experiencia digital de los usuarios, incrementar la permanencia en el portal, facilitar el acceso a la información turística, optimizar los procesos de consulta y navegación, reducir las tasas de abandono y fortalecer el posicionamiento orgánico de Medellín.Travel en motores de búsqueda.

Producto y/o entregable

Informe bimensual de optimización de rendimiento y experiencia digital, que incluya lo siguiente:

- Mejoras implementadas durante el periodo.
- Acciones de optimización técnica ejecutadas.
- Ajustes de experiencia de usuario e interfaz implementados.
- Indicadores de rendimiento antes y después de las intervenciones realizadas.
- Métricas de velocidad, desempeño y experiencia de navegación.
- Acciones de optimización SEO técnica desarrolladas.
- Hallazgos identificados a partir de la analítica digital.
- Evidencias de implementación.
- Resultados obtenidos.
- Recomendaciones para la mejora continua de la plataforma.

3.5. Atención de soporte técnico y mesa de ayuda

Con el fin de garantizar la continuidad operativa, estabilidad y adecuado funcionamiento del ecosistema digital Medellín.Travel, se dispondrá de un servicio de soporte técnico y mesa de ayuda encargado de gestionar de manera oportuna los incidentes, requerimientos, consultas y solicitudes relacionadas con la operación de la plataforma web y sus componentes asociados.

La actividad permitirá brindar acompañamiento técnico permanente a los usuarios administradores de la plataforma, atender fallos operativos, gestionar solicitudes de mejora y garantizar que los diferentes componentes tecnológicos funcionen de manera adecuada para soportar las acciones de promoción turística del destino.

Las actividades contemplarán:

- Recepción, registro y seguimiento de solicitudes técnicas.
- Clasificación y priorización de incidentes según su nivel de criticidad e impacto.

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

- Gestión de requerimientos mediante sistema de tickets.
- Atención de fallos funcionales, operativos o tecnológicos.
- Escalamiento de incidentes según niveles de complejidad.
- Seguimiento y control del estado de los requerimientos.
- Atención de consultas de usuarios administradores de contenidos.
- Soporte para la operación de funcionalidades y herramientas de la plataforma.
- Gestión de solicitudes de ajustes menores y corrección de errores.
- Validación y cierre de incidentes atendidos.
- Generación de reportes periódicos de gestión y seguimiento.

La operación de la mesa de ayuda se desarrollará bajo acuerdos de niveles de servicio (SLA), garantizando tiempos definidos de respuesta, atención y solución de requerimientos, con el propósito de asegurar la disponibilidad y continuidad de los activos digitales de promoción turística del destino.

Estas acciones contribuirán a minimizar interrupciones en la operación de la plataforma, mejorar la experiencia de los usuarios internos y garantizar el adecuado funcionamiento de los canales digitales utilizados para la promoción turística de Medellín.

Producto y/o entregable

Informe mensual de gestión de soporte técnico y mesa de ayuda que incluya lo siguiente:

- Número de solicitudes o tickets recibidos.
- Clasificación de solicitudes por tipo de requerimiento o incidente.
- Nivel de criticidad de los casos atendidos.
- Tiempos promedio de respuesta y solución.
- Número de casos resueltos.
- Número de casos escalados.
- Nivel de cumplimiento de los acuerdos de servicio (SLA).
- Principales incidentes identificados.
- Acciones correctivas y preventivas implementadas.
- Recomendaciones para el fortalecimiento de la operación tecnológica.
- Evidencias de atención y cierre de requerimientos.

3.6. Actualización funcional y de contenidos

Con el propósito de mantener vigente, competitiva y alineada con las necesidades de promoción turística del destino, se desarrollarán acciones permanentes de actualización funcional, tecnológica y de contenidos sobre la plataforma Medellín.Travel, garantizando que el ecosistema digital evolucione de acuerdo con las tendencias del sector, los requerimientos de los usuarios y las estrategias de posicionamiento de la ciudad.

La actividad contempla la incorporación de mejoras funcionales, ajustes tecnológicos, integración de

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

nuevos contenidos turísticos y optimización de herramientas que contribuyan a fortalecer la experiencia de navegación, facilitar el acceso a la información y mejorar la capacidad de promoción y comercialización digital del destino.

Las actividades contemplarán:

- Incorporación de nuevas funcionalidades y herramientas digitales.
- Actualización de módulos, complementos y componentes tecnológicos de la plataforma.
- Integración de nuevos contenidos y recursos turísticos.
- Optimización de funcionalidades existentes.
- Ajustes y mejoras derivadas del análisis del comportamiento de los usuarios.
- Corrección de errores funcionales y tecnológicos recurrentes.
- Actualización de formularios, procesos de interacción y herramientas de conversión.
- Implementación de mejoras orientadas a fortalecer la experiencia de usuario.
- Actualización de contenidos relacionados con la oferta turística del destino.
- Incorporación de información sobre productos turísticos, experiencias, rutas y atractivos.
- Actualización de contenidos relacionados con eventos, conectividad, turismo de reuniones y segmentos priorizados.
- Integración de nuevas secciones, micrositios o contenidos estratégicos definidos por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.

Estas acciones permitirán mantener la plataforma actualizada y alineada con las dinámicas del sector turístico, fortalecer la experiencia digital de los usuarios, mejorar la disponibilidad y calidad de la información turística y optimizar el desempeño del portal como herramienta de promoción y posicionamiento del destino Medellín.

Producto y/o entregable

Informe bimestral de actualización funcional y de contenidos que incluya lo siguiente:

- Funcionalidades implementadas o mejoradas.
- Actualizaciones tecnológicas realizadas.
- Módulos, componentes o herramientas actualizadas.
- Contenidos incorporados, modificados o actualizados.
- Integraciones desarrolladas.
- Corrección de errores e incidencias recurrentes.
- Mejoras implementadas derivadas del análisis de usuarios o necesidades del destino.
- Evidencias de implementación.
- Resultados obtenidos en términos de funcionamiento, navegación y experiencia de usuario.
- Recomendaciones para futuras actualizaciones y evoluciones de la plataforma.

ACCIÓN: Migración de la plataforma a código fuente

Con el propósito de fortalecer la sostenibilidad tecnológica, la autonomía digital y la capacidad de

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

innovación del destino, se desarrollará un proceso de modernización tecnológica de Medellín.Travel mediante la migración de la plataforma hacia una arquitectura basada en tecnologías de código fuente abierto.

Esta acción busca dotar al ecosistema digital del destino de una infraestructura más flexible, escalable, segura e interoperable, capaz de adaptarse a las necesidades presentes y futuras de promoción turística, facilitando la integración de nuevas herramientas digitales, la optimización de procesos de gestión de contenidos y la incorporación de capacidades avanzadas de innovación tecnológica.

La migración contempla la planificación, implementación y puesta en operación de una nueva arquitectura tecnológica que permita fortalecer el rendimiento de la plataforma, mejorar la experiencia de los usuarios, optimizar la administración de contenidos y generar condiciones para la incorporación futura de soluciones relacionadas con inteligencia artificial, automatización, personalización de experiencias, analítica avanzada e integración con sistemas especializados de promoción y comercialización turística.

Todas las actividades deberán desarrollarse garantizando la continuidad operativa de los servicios digitales del destino, la protección de la información, la conservación del posicionamiento orgánico alcanzado y una transición controlada para los usuarios y administradores de la plataforma.

Esta acción contribuye al fortalecimiento de la transformación digital de la promoción turística de Medellín, permitiendo a la Secretaría de Turismo y Entretenimiento contar con una plataforma tecnológica moderna, escalable y preparada para responder a las necesidades futuras del destino.

Para la ciudad, la modernización tecnológica de Medellín.Travel permitirá ofrecer mejores experiencias digitales a los visitantes, fortalecer el posicionamiento internacional del destino, optimizar la difusión de la oferta turística y generar capacidades tecnológicas que contribuyan a la competitividad y sostenibilidad del turismo en Medellín.

3.7. Diagnóstico, diseño de arquitectura y modelo de contenido en Strapi

Con el propósito de avanzar en la modernización tecnológica de la plataforma Medellín.Travel, se realizará un diagnóstico técnico, funcional y de contenidos de la plataforma actual, que permita definir la arquitectura objetivo para la migración hacia un ecosistema digital más flexible, escalable, seguro e interoperable.

Esta actividad permitirá identificar la estructura actual de la información, los contenidos existentes, los componentes funcionales, las necesidades de administración editorial y los requerimientos técnicos necesarios para garantizar una transición ordenada hacia una nueva arquitectura tecnológica basada en un gestor de contenidos moderno y una interfaz web optimizada para la promoción turística del destino.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Las actividades contemplarán:

- Diagnóstico técnico y funcional de la plataforma actual.
- Mapeo de contenidos y de datos existentes, incluyendo páginas, publicaciones, guías, eventos, blog, planeador de viajes, rutas turísticas, atractivos turísticos, parques y demás secciones relevantes.
- Identificación de contenidos prioritarios para migración.
- Definición de la arquitectura tecnológica objetivo.
- Diseño del modelo de contenidos en el nuevo gestor de contenidos.
- Definición de tipos de contenido, componentes, relaciones, categorías e idiomas.
- Identificación de funcionalidades actuales que deberán mantenerse o evolucionar.
- Inventario de URL críticas y contenidos con valor SEO.
- Diseño del plan de redireccionamientos para conservar el posicionamiento orgánico.
- Definición de ambientes tecnológicos de desarrollo, pruebas y producción.
- Formulación del cronograma técnico de migración.

Estas acciones permitirán estructurar adecuadamente el proceso de migración, reducir riesgos técnicos, preservar la información estratégica del destino, proteger el posicionamiento digital alcanzado y garantizar que la nueva plataforma responda a las necesidades de administración, promoción y evolución tecnológica de Medellín.Travel.

Producto y/o entregable

Documento técnico de diagnóstico, arquitectura y modelo de contenidos que incluya lo siguiente:

- Diagnóstico técnico y funcional de la plataforma actual.
- Mapa de contenidos existentes.
- Inventario de contenidos prioritarios para migración.
- Arquitectura tecnológica objetivo.
- Modelo de contenidos y de datos propuestos.
- Tipos de contenido, componentes, relaciones, categorías e idiomas definidos.
- Inventario de URL críticas.
- Plan de redireccionamientos para conservación SEO.
- Definición de ambientes de desarrollo, pruebas y producción.
- Cronograma técnico de migración.
- Identificación de riesgos técnicos y recomendaciones para la implementación.
- Evidencias del levantamiento y análisis realizado.
- Entrega de accesos al repositorio de código fuente: derechos patrimoniales sobre código fuente, scripts de migración, configuración de infraestructura, documentación, diseños, contenidos y bases de datos.
- Desarrollo de API REST con el fin de tener integración con el SITE y acceso directo a las bases de datos o vistas.

3.8. Instalación de Strapi, migración de contenido y construcción del front-end

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Con el propósito de implementar la nueva arquitectura tecnológica de Medellín.Travel, se realizará la instalación, configuración y puesta en funcionamiento del gestor de contenidos seleccionado, así como la migración de la información estratégica del portal actual y el desarrollo de una nueva interfaz web orientada a mejorar la experiencia de usuario, la administración de contenidos y el rendimiento general de la plataforma.

Esta actividad permitirá contar con una plataforma más flexible, escalable y eficiente, facilitando la gestión editorial del destino, la actualización permanente de contenidos turísticos y la integración futura con nuevas herramientas digitales de promoción, analítica, automatización e innovación.

Las actividades contemplarán:

- Instalación y configuración del gestor de contenidos.
- Configuración de roles, permisos y usuarios administradores.
- Implementación de los modelos de contenido definidos.
- Migración de contenidos priorizados desde la plataforma actual, entre ellos: páginas, publicaciones, guías, eventos, blog, planeador de viajes, rutas turísticas, atractivos turísticos, parques y demás secciones relevantes.
- Migración de imágenes, archivos, metadatos, categorías y demás recursos asociados, entre ellos: páginas, publicaciones, guías, eventos, blog, planeador de viajes, rutas turísticas, atractivos turísticos, parques y demás secciones relevantes.
- Validación de calidad e integridad de los contenidos migrados.
- Desarrollo del nuevo front-end de la plataforma, especificando uso de versión soportada vigente o superior.
- Integración del front-end con el gestor de contenidos mediante API.
- Implementación de plantillas clave como página principal, guías de ciudad, blog, eventos, planeador de viajes y demás secciones priorizadas.
- Optimización de imágenes y recursos multimedia.
- Configuración de mecanismos para mejorar el rendimiento y distribución de contenidos.
- Pruebas funcionales en ambiente de desarrollo o pruebas.
- Detallar versión y tipo de Motor de base de datos.
- Esquema cloud con autoescalado.

Estas acciones permitirán avanzar en la modernización tecnológica del portal, mejorar la eficiencia en la administración de contenidos, fortalecer la experiencia digital del usuario y garantizar que Medellín.Travel cuente con una base tecnológica más robusta para la promoción turística del destino.

Producto y/o entregable

Informe técnico de implementación, migración de contenidos y construcción del front-end que incluya lo siguiente:

- Gestor de contenidos instalado y configurado (sobre Strapi).

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

- Roles, permisos y usuarios administradores configurados.
- Documentación de dependencias, librerías y plugins instalados.
- Modelos de contenido implementados.
- Contenidos priorizados migrados.
- Imágenes, archivos, metadatos y categorías migradas.
- Validación de integridad de la información migrada.
- Front-end desarrollado.
- Integración con API del gestor de contenidos.
- Plantillas clave implementadas.
- Optimización de imágenes y recursos multimedia.
- Configuración de mecanismos de rendimiento y distribución de contenidos.
- Evidencias de funcionamiento en ambiente de pruebas.
- Incidencias identificadas y acciones correctivas aplicadas.
- Recomendaciones para la etapa de puesta en producción.
- Documentación de uso de API REST.

3.9. Habilitación de capacidades de innovación

Con el fin de fortalecer la evolución tecnológica del ecosistema digital Medellín.Travel y preparar la plataforma para responder a las nuevas tendencias de promoción turística digital, se implementarán capacidades tecnológicas orientadas a mejorar la experiencia de los usuarios, optimizar la gestión de contenidos y facilitar la integración con herramientas digitales actuales y futuras.

Esta actividad permitirá incorporar funcionalidades que fortalezcan la internacionalización de la plataforma, faciliten el acceso a la información turística mediante herramientas inteligentes y generen condiciones para la automatización de procesos, la interoperabilidad tecnológica y la escalabilidad del ecosistema digital del destino.

Las actividades contemplarán:

- Implementación de capacidades de internacionalización y gestión multilingüe de contenidos.
- Estructuración y organización de contenidos para su utilización como base de conocimiento digital.
- Integración de herramientas de inteligencia artificial orientadas a mejorar la experiencia de consulta e interacción de los usuarios.
- Habilitación de mecanismos para la integración de la plataforma con el SITE (API REST) y/o los sistemas externos que sean aprobados por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.
- Configuración de servicios que permitan automatizar flujos de información y procesos digitales.
- Implementación de mecanismos de interoperabilidad para futuras integraciones tecnológicas.
- Definición de casos de uso para automatización y aprovechamiento de información turística.
- Estructuración de capacidades orientadas a facilitar futuras implementaciones relacionadas con analítica avanzada, asistentes virtuales, personalización de contenidos y servicios digitales para visitantes.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Estas acciones contribuirán a consolidar una plataforma moderna, interoperable y preparada para evolucionar de acuerdo con las necesidades del destino, fortaleciendo la capacidad de Medellín.Travel para ofrecer experiencias digitales innovadoras, mejorar la gestión de la información turística y facilitar la adopción de nuevas tecnologías aplicadas a la promoción y comercialización turística.

Producto y/o entregable

Informe de capacidades de innovación habilitadas que incluya lo siguiente:

- Capacidades de internacionalización implementadas.
- Configuración de contenidos para gestión multilingüe.
- Herramientas de inteligencia artificial integradas o habilitadas.
- Base de conocimiento estructurada para servicios inteligentes.
- Servicios de integración tecnológica habilitados.
- Mecanismos de automatización configurados.
- Casos de uso definidos para automatización e innovación digital.
- Documentación básica de servicios e integraciones disponibles.
- Evidencias técnicas de implementación y funcionamiento.
- Recomendaciones para futuras integraciones y evoluciones tecnológicas.
- Oportunidades identificadas para fortalecer la innovación digital de Medellín.Travel.

3.10. Go-live, capacitación del equipo editorial y mejora continua

Con el propósito de culminar el proceso de modernización tecnológica de Medellín.Travel, se realizará la puesta en producción de la nueva plataforma digital, garantizando su estabilidad operativa, correcto funcionamiento y adopción por parte de los equipos responsables de la gestión y actualización de contenidos.

Esta actividad comprende las acciones necesarias para asegurar una transición controlada entre la plataforma actual y la nueva arquitectura tecnológica, minimizando riesgos operativos, preservando la experiencia de los usuarios y garantizando la continuidad de los servicios digitales de promoción turística del destino.

Adicionalmente, se desarrollarán procesos de transferencia de conocimiento y fortalecimiento de capacidades dirigidos al equipo encargado de la administración editorial de la plataforma, con el fin de asegurar una adecuada gestión de contenidos y facilitar la sostenibilidad operativa del ecosistema digital en el tiempo.

Las actividades contemplarán:

- Ejecución de pruebas funcionales, técnicas y de rendimiento previas a la puesta en producción.
- Validación integral de contenidos, funcionalidades e integraciones implementadas.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

- Implementación de acciones para la preservación del posicionamiento orgánico y la continuidad de la navegación de los usuarios.
- Puesta en producción de la nueva plataforma tecnológica.
- Monitoreo intensivo posterior al lanzamiento para identificar y corregir posibles incidencias.
- Ajustes de estabilización derivados del comportamiento de la plataforma en ambiente productivo.
- Capacitación al equipo editorial y administradores de contenidos.
- Transferencia de conocimiento sobre la administración y gestión de la nueva plataforma.
- Entrega de lineamientos básicos de operación y administración de contenidos.
- Implementación de mecanismos que faciliten futuras actualizaciones y despliegues tecnológicos.
- Formulación de recomendaciones para la evolución y mejora continua del ecosistema digital.

Estas acciones permitirán garantizar una transición exitosa hacia la nueva plataforma tecnológica, fortalecer las capacidades del equipo responsable de su administración y asegurar la sostenibilidad, escalabilidad y evolución permanente de Medellín. Travel como principal activo digital de promoción turística de la ciudad.

Producto y/o entregable

Informe de puesta en producción, capacitación y estabilización de la plataforma que incluya lo siguiente

- Resultados de las pruebas funcionales, técnicas y de rendimiento realizadas.
- Validaciones efectuadas antes de la puesta en producción.
- Evidencias de la implementación de acciones para la preservación del posicionamiento digital.
- Evidencias de la puesta en producción de la plataforma.
- Resultados del monitoreo posterior al lanzamiento.
- Incidencias identificadas y acciones correctivas implementadas.
- Actividades de estabilización ejecutadas.
- Capacitaciones realizadas al equipo editorial y administradores de contenidos.
- Relación de participantes capacitados.
- Materiales y documentos de apoyo entregados.
- Recomendaciones para la operación, mantenimiento y mejora continua de la plataforma.
- Evidencias de implementación y funcionamiento en ambiente productivo.

4. COMPONENTE: MARCA DE CIUDAD #MEDELLÍN AQUÍ TODO FLORECE”

Una marca de destino (o branding de destino) es la identidad única y estratégica de una Ciudad, Región o País. Su objetivo es destacar en un mercado global, diferenciarse de otros lugares y establecer una conexión emocional con sus ciudadanos, que atraiga visitantes, inversiones y nuevos residentes.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

La Marca Medellín, permite tener:

- Diferenciación competitiva: Destacándonos frente a otros destinos similares en un mercado global.
- Promesa de experiencia: Sintetizando la identidad, cultura y valores locales que nos representan, garantizando al visitante qué tipo de vivencia puede esperar.
- Generación de valor económico: Fomenta el turismo, atrae talento y potencia la inversión comercial e inmobiliaria.
- Sentido de pertenencia: Ayuda a que la comunidad local se apropie, sienta y defienda su propia identidad cultural.

Una marca de destino no es un logo ni un eslogan publicitario, sino una promesa de experiencia que sintetiza la identidad de un lugar y proyecta sus valores al mundo.

La clave está en que sea sentida, vivida y defendida por todos los actores del destino.

Una marca turística no puede ser solo un discurso institucional. Si los habitantes no la reconocen como propia, el relato se rompe en el punto de contacto más importante: la experiencia real del viajero. Adicionalmente, refuerza la hospitalidad y autenticidad, convierte a los habitantes en embajadores espontáneos y genera orgullo local y proyección colectiva.

Objetivo: Promocionar y Posicionar la Marca Medellín a local, buscando el reconocimiento y apropiación de esta en la ciudadanía y sus empresarios.

Aspectos relevantes:

La marca de ciudad "Medellín, aquí todo Florece" debe estar presente en todas las estrategias y actividades comunicacionales del contrato según el direccionamiento dado por la Secretaría de comunicaciones del Distrito de Medellín, por lo cual su aplicación deberá ser tenida en cuenta según los manuales de uso entregados, de igual forma la presencia de diferentes marcas o logos de entidades deberá ser concertado con la Secretaría de Turismo y Entretenimiento quien a su vez se apoya de la Secretaría de Comunicaciones para emitir un concepto final frente al tema.

Todas las estrategias y acciones de la marca de ciudad debe estar ceñido a los parámetros y directrices de la Ley 2345 de 2023. #Por medio de la cual se implementa el manual de identidad visual de las entidades estatales, se prohíben las marcas de gobierno y se establecen medidas para la austeridad en la publicidad estatal".

1.1. Toolkit de Marca

Para garantizar una comunicación técnica adaptada para las acciones estratégicas de reconocimiento y apropiaciones de marca ciudad, se estructurará un kit de herramientas creativas y audiovisuales estandarizadas para lo cual se realizará un informe técnico que integrará el brief, conceptualización, guiones (técnico y literario) y el video manifiesto editado, así como un paquete de

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

recursos gráficos compuesto por fotografías, mensajes clave y plantillas editables para presentaciones, redes sociales y plataformas web.

- Diseño, conceptualización estratégica y estructuración técnica del relato de marca Consiste en la elaboración del brief conceptual, la definición de los mensajes clave del destino y el desarrollo de los guiones técnico y literario para asegurar la coherencia narrativa adaptada a los licenciarios.
- Producción, desarrollo y edición de piezas audiovisuales y recursos gráficos Comprende la producción y edición del video manifiesto, el levantamiento del banco de fotografías oficiales y la creación de plantillas editables estandarizadas para presentaciones, entornos web y redes sociales.
- Sistematización, transferencia de activos y consolidación del informe técnico Abarca la organización, adaptación y entrega formal del kit de herramientas creativas según los perfiles de los licenciarios, soportado en el informe final que compila la totalidad de los insumos y lineamientos técnicos para su implementación.

Producto y/o entregable:

Informe técnico que contenga:

- # Brief
- # Conceptualización
- # Guión técnico
- # Guión literario
- # Video Manifiesto (Producido y editado)
- # Fotografías
- # Plantilla de presentaciones
- # Mensajes clave
- # Plantillas para redes sociales
- # Plantillas web

4.2. Adaptación audiovisual del manifiesto de marca.

Para maximizar la visibilidad de la marca en diversos canales y puntos de contacto, se ejecutarán seis (6) adaptaciones audiovisuales del manifiesto, incluyendo animación básica, musicalización, subtítulo y ajuste estricto a los lineamientos de identidad visual mediante las siguientes acciones estratégicas:

1. Diseño, edición y optimización técnica multicanal: Producción de las versiones cortas, verticales (Reels/Shorts) y extendidas ajustando los aspectos técnicos de animación, audio y subtítulo según el canal.
2. Adaptación de formatos para espacios de alto impacto: Adecuación gráfica y narrativa de las piezas para su correcta exhibición en pantallas digitales, circuitos cerrados, eventos y activaciones promocionales.
3. Control de calidad e integración en informe técnico: Consolidación y entrega formal de los activos audiovisuales finales junto con el soporte documental que evidencie el cumplimiento de la identidad de marca.

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Producto y/o entregable

Informe técnico, que contenga:

Seis (6) adaptaciones audiovisuales del manifiesto de marca, diseñadas para diferentes escenarios de uso y difusión:

Versión corta para redes sociales.

Versión vertical para formatos Reels, Shorts.

Versión para pantallas digitales y circuitos cerrados.

Versión para eventos y activaciones promocionales.

Las piezas deberán incluir animación gráfica (básica), adaptación de formatos, musicalización, subtitulación y aplicación de los lineamientos de identidad visual de la marca.

4.3. Diseño de catálogo de marca.

Desarrollar un (1) Catálogo Digital de Aplicaciones de la Marca Medellín, concebido como una herramienta técnica y de consulta para orientar a los licenciarios en la correcta implementación de la identidad de marca en sus diferentes puntos de contacto con visitantes, turistas y ciudadanos. El catálogo debe presentar lineamientos gráficos, especificaciones técnicas y aplicaciones visuales mediante mockups adaptados a las principales categorías de licenciarios, promoviendo una implementación consistente, funcional y alineada con la narrativa oficial del destino.

Diagnóstico y priorización de aplicaciones por categoría

Realizar un análisis de los principales puntos de contacto de cada tipo de licenciario para identificar las aplicaciones de marca con mayor impacto en la experiencia del visitante que permita construir un catálogo pertinente y ajustado a las necesidades reales de cada sector.

Diseño de aplicaciones modulares y adaptables

Desarrollar un banco de aplicaciones gráficas y mockups organizados por categorías de negocio, permitiendo que los licenciarios implementen la Marca Medellín de manera flexible en elementos físicos y digitales como señalización, material POP, cartas, pantallas, vehículos, uniformes, redes sociales y piezas promocionales.

Validación técnica y socialización del catálogo

Presentar el catálogo a representantes de los diferentes segmentos de licenciarios para validar la pertinencia de las aplicaciones propuestas y generar un documento final que facilite su apropiación e implementación, garantizando una comunicación coherente de la Marca Medellín en toda la cadena de valor del turismo.

Las piezas deberán incluir animación gráfica (básica), adaptación de formatos, musicalización, subtitulación y aplicación de los lineamientos de identidad visual de la marca.

Producto y/o entregable

Diseño de (1) un catálogo digital de aplicaciones de marca que contenga lineamientos gráficos,

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

mockups y especificaciones técnicas para la implementación de la estrategia en diferentes categorías de licenciarios, incluyendo entre otros:

- # Establecimientos de alojamiento.
- # Restaurantes y bares.
- # Operadores turísticos.
- # Centros comerciales.
- # Museos y atractivos turísticos.
- # Agencias de viajes.
- # Recintos para eventos.
- # Transporte turístico.
- # Comercio y servicios turísticos.

4.4. Diseño de catálogo de material POP y merchandising en formato "Caja de herramientas" para licenciarios.

Para asegurar una implementación homogénea de la marca en las distintas categorías de licenciarios, se diseñará un catálogo con lineamientos gráficos, mockups y especificaciones técnicas que rijan el despliegue físico y digital del destino para lo cual se debe desarrollar 64 diseños maestros (que abarcan desde material P.O.P. e impresos hasta piezas digitales y mockups) a través de las siguientes acciones estratégicas:

1. Estructuración gráfica y diagramación de piezas impresas y P.O.P.: Diseño maestro de habladores, afiches, pendones, adhesivos, vinilos, señalización, postales y tarjetas QR bajo los lineamientos estandarizados de la marca.
2. Desarrollo de plantillas y adaptaciones para entornos digitales: Creación de recursos visuales optimizados para pantallas, redes sociales, banners web y firmas digitales orientados al canal comercial del licenciario.
3. Modelado de mockups y consolidación del catálogo técnico: Elaboración de maquetas virtuales de merchandising e integración de la guía de especificaciones técnicas para la correcta producción e informe final.

Producto y/o entregable

Informe técnico, que contenga:

Como mínimo, se deberán desarrollar los diseños maestros de las siguientes piezas:

- # Habladores de mesa y mostrador: 6 diseños
- # Afiches promocionales: 6 diseños
- # Pendones tipo roll-up: 4 diseños
- # Adhesivos y stickers institucionales: 6 diseños
- # Vinilos para vitrinas y ventanas: 4 diseños
- # Señalización promocional interior: 4 diseños
- # Postales promocionales: 6 diseños
- # Tarjetas informativas con QR: 4 diseños
- # Plantillas para pantallas digitales y televisores: 6 diseños

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

- # Plantillas para redes sociales de licenciarios: 10 diseños
- # Banners web y firmas digitales: 6 diseños
- # Mockups de merchandising institucional: 8 diseños

4.5. Diseño de catálogo de referencias de Merchandising promocional.

Diseñar un Catálogo de Referencias de Merchandising Promocional de la Marca Medellín, concebido como una herramienta de consulta para licenciarios y aliados de la estrategia de promoción del destino, que reúna propuestas gráficas y conceptuales para la producción de artículos promocionales alineados con la identidad visual y narrativa de la Marca Medellín.

El catálogo incluirá diseños y mockups que sirvan como referencia para futuras producciones, promoviendo una implementación consistente de la marca en productos de uso cotidiano y recordación, fortaleciendo el reconocimiento del destino y generando una experiencia de marca coherente para visitantes, turistas y ciudadanos.

1. Diseño conceptual de la línea de merchandising: Desarrollar una línea gráfica de merchandising inspirada en los atributos y la narrativa de la Marca Medellín, definiendo conceptos visuales, mensajes y criterios de aplicación que permitan transmitir la identidad del destino de manera consistente en diferentes productos promocionales.
2. Desarrollo de mockups y referencias técnicas: Diseñar un banco de mínimo ocho (8) mockups de productos promocionales, acompañado de especificaciones básicas de aplicación, materiales sugeridos y recomendaciones de uso, facilitando su futura producción por parte de licenciarios y aliados., redes sociales, banners web y firmas digitales que dinamicen los canales de venta virtuales.
3. Estructuración del catálogo digital de referencias: Consolidar un catálogo digital organizado por categorías de productos, que sirva como herramienta de consulta para orientar el desarrollo de merchandising institucional y promocional, garantizando una implementación coherente de la Marca Medellín y promoviendo la apropiación de la identidad del destino en diferentes escenarios de promoción y comercialización.

Producto y/o entregable

Diseño de referencias de merchandising promocional para implementación por parte de los licenciarios y aliados de la estrategia, incluyendo entre otros:

- # Camisetas.
- # Hoodies
- # Gorras.
- # Termos.
- # Bolsas ecológicas.
- # Libretas.
- # Pines.
- # Manillas.
- # Souvenirs temáticos.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Se desarrollarán mínimo ocho (8) diseños o mockups de merchandising que permitan visualizar las aplicaciones de marca y servir como referencia para futuras producciones.

4.6. Plan de Medios Digitales.

Estructurar e implementar un plan integral de medios digitales que optimice la presencia omnicanal y maximice el impacto en audiencias clave mediante el desarrollo de cinco (5) planes de medios digitales para posicionar la Marca Medellín y fortalecer el ecosistema de licenciarios, a través de las siguientes acciones estratégicas:

1. Diseño de la estrategia omnicanal y parrilla de contenidos: Definición de objetivos, planeación SEO y programación de formatos diversos centrados en historias de ciudad, apropiación de marca y visibilización del ecosistema de licenciarios.
2. Ejecución táctica de pauta digital, remarketing y e-mailing: Despliegue de campañas SEM, flujos de correo electrónico y distribución segmentada para la atracción, fidelización e impulso al programa de licenciamiento.
3. Seguimiento, analítica y optimización continua: Monitoreo periódico de métricas (engagement, tráfico, alcance y conversión) para ajustar la pauta y la parrilla mediante el informe técnico de los seis planes ejecutados.

Producto y/o entregable

Diseño, implementación, seguimiento y optimización de cinco (5) planes de medios digitales que incluyan:

- # Definición de objetivos de comunicación.
- # Estrategia de contenidos
- # Parrilla de programación digital
- # Estrategia SEO
- # Estrategia de pauta digital (SEM)
- # Estrategia de remarketing
- # Distribución y amplificación de contenidos
- # Cronograma de ejecución
- # Diseño y envío de e-mailing

4.7. Analítica y medición.

Implementar un modelo de inteligencia digital enfocado en la medición, evaluación y mejora continua de las acciones de promoción mediante el Plan de Analítica Digital, el Reporte Consolidado de Métricas de Desempeño y el Informe de Optimización Estratégica, que faciliten la toma de decisiones basada en datos y maximizar el rendimiento de la presencia omnicanal de la Marca Medellín, a través de las siguientes acciones:

1. Estructuración del Plan de Analítica y Gobernanza de Datos: Definición del marco de medición (KPIs), fuentes de información, frecuencias de control y criterios de segmentación para auditar la

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

efectividad de los canales digitales.

2. Monitoreo, Consolidación y Reporte de Métricas Clave: Seguimiento y sistematización de indicadores de alcance, impresiones, reproducciones, interacciones, crecimiento de comunidad, tráfico web y caracterización de audiencias priorizadas.
3. Análisis de Desempeño e Implementación de Optimizaciones: Evaluación cualitativa y cuantitativa de los contenidos con mejor rendimiento para ejecutar ajustes tácticos y emitir recomendaciones técnicas orientadas al perfeccionamiento del plan de medios.

Producto y/o entregable

Reporte mensual (5) de métricas de desempeño y de optimización estratégica de los canales digitales de la Marca

- # Alcance
- # Impresiones
- # Crecimiento de la comunidad
- # Interacciones
- # Reproducciones de video
- # Tráfico al sitio web
- # Principales contenidos por desempeño
- # Audiencias
- # Optimización
- # Recomendaciones según las optimizaciones realizadas.

4.8. Performance digital y gestión de leads

Implementar un modelo táctico enfocado en atraer, educar y convertir potenciales licenciarios hacia su registro formal para estructurar el embudo de conversión e incrementar la captación de aliados comerciales para la Marca Medellín desarrollando las siguientes acciones estratégicas:

1. Atracción y convocatoria continua de prospectos B2B: Despliegue semanal de la estrategia de difusión multicanal para convocar e interesar a empresas y emprendimientos en las sesiones formativas y de valor sobre el programa de licenciamiento.
2. Ejecución y gestión de espacios de transferencia (Webinars): Coordinación y realización mensual de los encuentros virtuales educativos para presentar los beneficios de la marca, registrando la participación activa de los asistentes de forma consolidada.
3. Calificación, nutrición y seguimiento trazable de la base de datos (Leads): Operación del embudo de conversión para acompañar a los prospectos participantes en su tránsito hacia el proceso formal de licenciamiento, registrando sus avances en el informe final.

Producto y/o entregable

Informe de webinars realizados, que contengan:

- # Evidencia de convocatoria (Semanal)
- # Participantes de los espacios (mensual)
- # Seguimiento de prospectos.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

4.9. Administración del ecosistema digital de Marca Medellín.

La administración técnica del ecosistema digital tiene como finalidad garantizar el correcto funcionamiento de los activos tecnológicos que soportan la estrategia de promoción turística de Medellín, asegurando altos niveles de disponibilidad, seguridad, rendimiento y capacidad de crecimiento ante el aumento de la demanda digital del destino.

Esta acción comprende el monitoreo permanente de la infraestructura tecnológica, la administración de servidores y servicios en la nube, la gestión de seguridad informática, la optimización del rendimiento y la implementación de mecanismos de respaldo y recuperación que permitan garantizar la continuidad operativa de los servicios digitales.

Para ello, se debe realizar informes de monitoreo técnico que certifiquen el desempeño, la mitigación de vulnerabilidades y la protección de datos, desarrollándose las siguientes acciones estratégicas:

1. Supervisión de infraestructura y disponibilidad de servicios (Uptime): Monitoreo continuo del estado de los servidores en la nube y activos digitales para asegurar un tiempo de actividad óptimo y sin interrupciones operativas.
2. Gestión de ciberseguridad, incidentes y esquemas de respaldo (Backups): Resolución inmediata de contingencias técnicas, aplicación de protocolos de seguridad informática y verificación constante de los mecanismos de recuperación de información.
3. Auditoría de rendimiento y plan de mejora tecnológica: Evaluación periódica del comportamiento y capacidad del ecosistema digital para emitir recomendaciones técnicas e implementar optimizaciones en la arquitectura tecnológica.

Producto y/o entregable

Informe mensual (5) de monitoreo técnico del ecosistema digital de Marca Medellín que consolidan la administración integral de los activos tecnológicos, incluyendo entre otros:

- # Estado y disponibilidad de servidores y servicios en la nube.
- # Verificación del funcionamiento de los servicios digitales activos.
- # Reporte de incidentes técnicos y acciones correctivas ejecutadas.
- # Monitoreo de mecanismos de respaldo y recuperación de información.
- # Recomendaciones para la mejora de la infraestructura tecnológica.

4.10. Monitoreo continuo de la infraestructura:

Realizar monitoreo sobre la infraestructura digital mediante informes de monitoreo activo y en tiempo real que documenten el rendimiento, las alertas, las ventanas de mantenimiento y el comportamiento del tráfico para salvaguardar la experiencia de navegación de los usuarios nacionales e internacionales y mitigar riesgos de caída en los canales oficiales del destino, a través de las siguientes acciones estratégicas:

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

1. Implementación de herramientas de observabilidad y registro de eventos en tiempo real: Configuración e integración de dashboards de control para rastrear el comportamiento del sistema, registrar cronológicamente alertas y detectar oportunamente anomalías o desvíos técnicos.
2. Medición de métricas operativas y análisis de patrones de tráfico: Evaluación continua del uptime, latencia, tiempos de respuesta y picos de demanda de los usuarios para anticipar cuellos de botella y garantizar una experiencia digital fluida.
3. Gestión de mantenimientos programados y proyección del desempeño: Planificación y registro de ventanas de mantenimiento preventivo para minimizar su impacto operativo, consolidando tendencias técnicas que orienten la toma de decisiones del período.

Producto y/o entregable

Informe mensual (5) de monitoreo activo y en tiempo real de la infraestructura tecnológica, incluyendo entre otros:

- # Registro cronológico de alertas y eventos detectados en tiempo real.
- # Métricas operativas de uptime, latencia y tiempos de respuesta.
- # Análisis de picos de tráfico y patrones de comportamiento de usuarios.
- # Detección temprana de anomalías y desvíos frente al comportamiento esperado.
- # Configuración de dashboards y herramientas de observabilidad utilizados.
- # Registro de ventanas de mantenimiento programadas y su impacto.
- # Tendencias y proyecciones del desempeño técnico del período.

4.11. Gestión de seguridad y respaldos

Implementar un protocolo integral de ciberseguridad y continuidad operativa en sus plataformas web mediante informes de gestión de seguridad informática y protección de la información que certifiquen la mitigación de riesgos, el control de accesos y la integridad de los datos, a través de las siguientes acciones estratégicas:

1. Blindaje de la plataforma, actualización de componentes y certificados: Gestión activa de certificados SSL/TLS, aplicación oportuna de parches críticos y ejecución de análisis de vulnerabilidades para prevenir brechas de seguridad.
2. Control estricto de accesos, identidades y mitigación de incidentes: Administración de credenciales, roles y autenticación multifactor (MFA), combinada con el registro y atención inmediata ante intentos de acceso no autorizados.
3. Garantía de continuidad operativa y protocolos de respaldo (Backups): Programación metódica de copias de seguridad de la plataforma y realización de pruebas periódicas de restauración para asegurar la recuperación rápida de la información.

Producto y/o entregable

Informe mensual (5) de gestión de seguridad informática y protección de la información de la

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

plataforma, incluyendo entre otros:

- # Actualización, renovación y verificación de certificados SSL/TLS.
- # Aplicación de parches de seguridad y actualizaciones críticas del sistema.
- # Gestión de accesos, roles, credenciales y autenticación multifactor.
- # Ejecución de copias de seguridad programadas y pruebas de restauración.
- # Análisis de vulnerabilidades y respuesta a incidentes de seguridad.
- # Registro de intentos de acceso no autorizado y acciones tomadas.

4.12. Gestión y escalamiento de hosting/nube.

Realizar la administración integral de la infraestructura de hosting y servicios en la nube que soportan el ecosistema digital de marcamedellin.com mediante según las siguientes acciones estratégicas:

1. Monitoreo de consumo, capacidad y escalamiento dinámico: Control continuo del uso de cómputo, red y almacenamiento, ejecutando ajustes de escalamiento horizontal y vertical para absorber incrementos de tráfico en temporadas turísticas clave.
2. Administración de red, dominios, DNS y balanceo de carga: Configuración rigurosa de registros DNS, gestión de dominios y despliegue de esquemas de redundancia con balanceadores de carga para mantener una alta velocidad y disponibilidad global.
3. Optimización de costos, proyección y planificación de infraestructura: Análisis proyectivo del ancho de banda y rendimiento del sistema para emitir recomendaciones de escalado estratégico y garantizar un control de costos eficiente de los servicios cloud.

Producto y/o entregable

Informe mensual (5) de administración de la infraestructura de hosting y servicios en la nube, incluyendo entre otros:

- # Consumo de servicios cloud contratados por tipo (cómputo, almacenamiento y red).
- # Ajustes de capacidad y escalamiento horizontal y vertical según demanda.
- # Administración de dominios y configuración de DNS.
- # Uso y proyección de almacenamiento, procesamiento y ancho de banda.
- # Optimización y control de costos de infraestructura cloud.
- # Configuración de balanceadores de carga y esquemas de redundancia.
- # Recomendaciones de escalamiento para temporadas turísticas o campañas de alto tráfico.

Actualización de la plataforma web Marcamedellin.com

La actualización permanente de marcamedellin.com constituye una acción estratégica para garantizar que el ecosistema digital de la marca responda a las expectativas de los empresarios, a las tendencias tecnológicas del sector y a los objetivos de promoción y reconocimiento de la Marca.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Esta acción comprende la optimización continua del rendimiento tecnológico, la experiencia de usuario, la incorporación de nuevas funcionalidades, la actualización de contenidos estratégicos y la atención de requerimientos técnicos que permitan mantener una plataforma moderna, segura, eficiente y alineada con las necesidades de promoción, comercialización y posicionamiento de la marca.

Las actividades comprenderán la optimización del código fuente, bases de datos y recursos multimedia; la mejora de los tiempos de carga y la velocidad de respuesta; el fortalecimiento de la arquitectura de navegación; la optimización de experiencia móvil; la incorporación de estándares de accesibilidad digital; la optimización de la interfaz y experiencia de usuario; y la aplicación de buenas prácticas de SEO técnico para incrementar la visibilidad y el posicionamiento orgánico de la plataforma.

4.13. Optimización de rendimiento y experiencia (UX/UI).

Se realizarán acciones orientadas a mejorar el desempeño general de la plataforma Marcamedellin.com, optimizando los tiempos de carga, la arquitectura de navegación, la accesibilidad, la usabilidad y la experiencia de usuario en diferentes dispositivos y canales digitales orientados a reducir la tasa de rebote y maximizar el tiempo de permanencia mediante las siguientes acciones estratégicas:

1. Diagnóstico técnico de rendimiento y optimización de activos (Performance & SEO): Evaluación periódica de métricas de carga (Core Web Vitals), optimización de código e imágenes, y aplicación de ajustes de SEO técnico para asegurar máxima velocidad e indexación en motores de búsqueda.
2. Perfeccionamiento de la experiencia e interfaz de usuario (UX/UI): Rediseño continuo de la arquitectura de información, jerarquía visual y esquemas de navegación para ofrecer una consulta de contenidos fluida, intuitiva y accesible desde cualquier dispositivo.
3. Análisis de comportamiento, adaptabilidad y tasas de conversión: Monitoreo constante de la adaptabilidad móvil, compatibilidad multi-navegador y métricas clave de retención para implementar ajustes continuos que dinamicen la interacción y reduzcan el abandono del portal.

Producto y/o entregable

Informe mensual (5) de optimización del rendimiento y la experiencia digital de la plataforma Marcamedellin.com, orientados a incrementar la permanencia de los usuarios, reducir tasas de abandono y fortalecer el posicionamiento orgánico en motores de búsqueda, incluyendo entre otros:

- # Análisis de métricas de experiencia (Core Web Vitals: LCP, CLS, FID) y tiempos de carga.
- # Diagnóstico y mejoras de usabilidad (UX) y diseño de interfaz (UI).
- # Optimización de imágenes, código y recursos estáticos de la plataforma.
- # Ajustes de navegación, arquitectura de información y jerarquía de contenidos.
- # Verificación de adaptabilidad móvil y compatibilidad multi-navegador.
- # Reporte de tasas de conversión, permanencia y rebote de usuarios.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Recomendaciones de SEO técnico para posicionamiento orgánico.

4.14. Atención de soporte técnico y mesa de ayuda.

Disponer de un modelo de soporte técnico y mesa de ayuda que mitigue incidencias y garantice una experiencia de servicio eficiente orientados a evaluar la velocidad de respuesta y la resolución de requerimientos según acuerdos de niveles de servicio (SLA), a través de las siguientes acciones estratégicas:

1. Gestión, clasificación y resolución oportuna de requerimientos (Tickets): Recepción, categorización y atención de solicitudes y fallos funcionales, garantizando el cumplimiento de los tiempos límite de primera respuesta, resolución y escalamiento técnico a niveles superiores, seguimiento y cierre de requerimientos.
2. Análisis de causa raíz y actualización de bases de conocimiento: Diagnóstico analítico de las solicitudes recurrentes para documentar guías de autoservicio, secciones de preguntas frecuentes (FAQ) y recomendaciones orientadas a mitigar la carga operativa del soporte.
3. Evaluación del nivel de servicio: Medición constante mediante indicadores de calidad, asegurando la mejora continua en la atención de la plataforma.

Producto y/o entregable

Informe de gestión mensual (5) de la mesa de ayuda y soporte técnico, incluyendo entre otros:

- # Registro y clasificación de tickets recibidos por categoría y prioridad.
- # Tiempos promedio de primera respuesta y de resolución por tipo de solicitud.
- # Reporte de solicitudes funcionales resueltas y casos escalados a niveles superiores.
- # Identificación de causas raíz de solicitudes recurrentes.
- # Bases de conocimiento y preguntas frecuentes actualizadas.
- # Encuestas y reporte de satisfacción de los usuarios atendidos.
- # Recomendaciones para reducir la carga operativa de soporte.

4.15. Actualización funcional y de contenidos

Implementar ciclo continuo de actualización tecnológica, funcional y de contenidos, garantizando la integración de herramientas que fortalezcan la experiencia del usuario para potenciar la competitividad del portal de la Marca Medellín y adaptar la plataforma a las dinámicas cambiantes de la promoción turística, a través de las siguientes acciones estratégicas:

1. Diseño, desarrollo e integración de nuevos módulos y funcionalidades: Construcción e implementación de capacidades tecnológicas y herramientas interactivas que respondan a los requerimientos del ecosistema de marca y a las necesidades de promoción del destino.
2. Gestión, actualización y publicación periódica de contenidos digitales: Despliegue constante de nuevos activos informativos, audiovisuales y editoriales, asegurando la vigencia, coherencia estética y relevancia técnica de la oferta turística publicada.

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

3. Pruebas de calidad (QA), despliegue técnico y mantenimiento adaptativo: Ejecución de pruebas funcionales de rendimiento y compatibilidad antes de cada liberación, garantizando la escalabilidad del sistema y la estabilidad operativa durante las actualizaciones.

Producto y/o entregable

Informe de gestión mensual (5) de evolución funcional de la plataforma que incluya:

- # Funcionalidades implementadas.
- # Actualizaciones e integraciones realizadas
- # Correcciones efectuadas
- # Resultados obtenidos en experiencia de usuario y navegación.
- # Recomendaciones para futuras evoluciones tecnológicas.

4.16. Estrategia de relacionamiento con los Licenciarios de la Marca Medellín

La Marca Medellín cuenta actualmente con una red de +54 licenciarios activos, quienes conforman el programa de Anfitriones Oficiales de Ciudad, integrado por empresas de los sectores de alojamiento, gastronomía, turismo, entretenimiento, comercio, movilidad y operadores turísticos.

En este sentido, resulta fundamental implementar acciones permanentes de relacionamiento, acompañamiento y fortalecimiento que incrementen el valor percibido por los licenciarios, favorezcan su permanencia dentro del programa y promuevan una participación más activa en las estrategias de promoción turística y de ciudad.

Asimismo, busca implementar mecanismos permanentes de comunicación y articulación entre la Secretaría de Turismo y Entretenimiento y los licenciarios, con el propósito de fortalecer el ecosistema de Marca Medellín.

Se deben contemplar las siguientes acciones:

- Acciones orientadas a reconocer públicamente las buenas prácticas de los Anfitriones Oficiales de Ciudad y aumentar su visibilidad.
- Jornadas de capacitación presenciales y/o virtuales dirigidas a los licenciarios, orientadas a fortalecer sus competencias para representar adecuadamente la Marca Medellín y responder a las nuevas dinámicas del turismo como webinars, talleres, conversatorios entre otros.
- Las temáticas de transferencia de conocimiento podrán abordar, entre otras: narrativa y posicionamiento de la Marca Medellín; tendencias del turismo nacional e internacional; atención al visitante; hospitalidad; sostenibilidad; marketing turístico; transformación digital; uso adecuado de la marca; inteligencia artificial aplicada al turismo, entre otros.
- Acciones de comunicación y articulación entre la Secretaría de Turismo y Entretenimiento y los licenciarios, con el propósito de fortalecer el ecosistema de Marca Medellín como boletín informativo exclusivo para licenciarios; canales permanentes de comunicación; encuentros virtuales entre otros.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

- Estructuración e implementación del Programa de Beneficios para Licenciarios, que incentive la permanencia y renovación de las licencias de marca, que contemple entre otros, acceso preferencial a procesos de capacitación; participación prioritaria en acciones de promoción; difusión en plataformas oficiales de Medellín.travel y Marca Medellín.

Producto y/o entregable

- Plan (1) de transferencia de conocimiento para licenciarios.
- Programa de Beneficios (1) para Licenciarios.
- Informe mensual (5) de relacionamiento con los Licenciarios de la Marca Medellín que incluya:
 - o Informe de reconocimiento de licenciarios y de la estrategia de comunicación con licenciarios: producción de contenidos y de experiencias exitosas mediante piezas audiovisuales, entrevistas y publicaciones entre otros.
 - o Ejecución del plan de formación mensual para licenciarios.
 - o Ejecución del programa de Beneficios (1) para Licenciarios
 - o Repositorio digital para licenciarios.

ASPECTOS ADMINISTRATIVO DEL CONTRATO:

COMITÉ TÉCNICO DEL CONTRATO:

El Comité Técnico del Contrato es la instancia liderada por el supervisor, en el cual se hace revisión periódica del cumplimiento de las obligaciones del instrumento contractual, teniendo presente el cronograma, actividades y la ejecución financiera del mismo. Así mismo, se realizará balance y revisión de los elementos administrativos necesarios para el buen desarrollo del Contrato, proyectando acciones de mejora y atendiendo las necesidades administrativas que se requieran. Este Comité se reunirá de forma mensual de acuerdo con las necesidades del contrato y estará integrado por:

- Supervisor y técnicos representantes del Distrito de Medellín, Secretaría de Turismo y Entretenimiento.
- Técnicos y representantes del CONTRATISTA.

En el Comité Técnico se establecerá la participación de representantes de programas o unidades de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento, de acuerdo con la pertinencia de los temas a tratar en el desarrollo del mismo.

COORDINACIÓN Y CAPACIDAD OPERATIVA PARA LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO

Para la adecuada ejecución del objeto contractual, la entidad contratista deberá contar con la capacidad técnica, administrativa, jurídica, financiera y operativa necesaria para garantizar el cumplimiento integral de las obligaciones derivadas del contrato.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Para efectos de la coordinación y articulación con la Secretaría de Turismo y Entretenimiento, la entidad contratista designará un coordinador o enlace institucional, quien actuará como interlocutor principal frente a la supervisión del contrato durante las etapas de planeación, ejecución, seguimiento y cierre contractual.

La entidad contratista organizará autónomamente el talento humano requerido para la ejecución del contrato, de conformidad con su estructura organizacional, garantizando que el personal asignado cuente con los conocimientos y competencias necesarios para atender los componentes técnicos, jurídicos, administrativos y financieros asociados al objeto contractual. En todo caso, deberá asegurar la disponibilidad oportuna del personal que resulte necesario para atender los requerimientos derivados de la ejecución del contrato, sin que ello implique la asignación de personal con dedicación exclusiva.

El coordinador designado será responsable de canalizar las comunicaciones con la supervisión, coordinar la atención de los requerimientos formulados por la Secretaría, realizar el seguimiento integral a la ejecución contractual y articular la participación del personal que resulte competente según la naturaleza de cada actividad o componente.

Cuando la Secretaría de Turismo y Entretenimiento convoque reuniones de planeación, seguimiento, ejecución o evaluación, el contratista garantizará la asistencia del coordinador del contrato y, cuando la naturaleza de los asuntos lo requiera, del personal técnico o profesional competente.

Dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes al perfeccionamiento del contrato, la entidad contratista informará a la supervisión el nombre y los datos de contacto del coordinador designado, así como cualquier modificación que se presente durante la ejecución contractual.

INFORMES DEL CONTRATO:

El CONTRATISTA deberá presentar a la supervisión del contrato informes mensuales de ejecución, dentro de los primeros diez (10) días calendario del mes siguiente al período informado, en medio físico y/o digital, utilizando el formato institucional que el Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín tenga dispuesto para tal fin o aquel que lo modifique o sustituya.

Los informes deberán reflejar de manera clara, completa y verificable el estado de ejecución del contrato y contener, como mínimo:

- El avance de las actividades ejecutadas durante el período reportado, de conformidad con el objeto, alcance, componentes y obligaciones contractuales.
- La descripción de las acciones desarrolladas y de los resultados obtenidos.
- El estado de cumplimiento de los productos, entregables, metas e indicadores contractuales que correspondan al período informado.
- Los soportes documentales, técnicos, financieros, audiovisuales o de cualquier otra naturaleza

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

que acrediten la ejecución de las actividades desarrolladas.

· Las dificultades presentadas durante la ejecución, las acciones implementadas para su atención y, cuando haya lugar, las actividades pendientes por ejecutar.

La supervisión verificará la información contenida en cada informe, así como el cumplimiento de las obligaciones contractuales y de los productos asociados al período correspondiente, y emitirá el concepto de recibo a satisfacción cuando evidencie el cumplimiento de las condiciones pactadas, requisito para el trámite del pago correspondiente.

Todos los informes, soportes y demás documentos generados con ocasión de la ejecución del contrato harán parte integral del expediente contractual, de conformidad con las disposiciones legales aplicables y los procedimientos de gestión documental del Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín

OBLIGACIONES DE LAS PARTES

OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA:

1. Realizar dentro de los tres (3) días siguientes a la suscripción del contrato las gestiones necesarias para la legalización del mismo, así como los trámites requeridos en sus modificaciones, adiciones o prórrogas.
2. Cumplir con lo dispuesto en los estudios previos según las especificaciones técnicas, los requerimientos contractuales establecidos y la propuesta técnica presentada.
3. Presentar dentro de los primeros 5 días hábiles de cada mes el cronograma proyectado de actividades del mes en curso, como herramienta de seguimiento continuo por parte de la supervisión.
4. Designar por escrito las personas que representen a la entidad CONTRATISTA ante el Comité Técnico para la toma de decisiones y seguimiento al contrato.
5. Asumir la dirección, coordinación y ejecución de las diferentes actividades que se desarrollen en el marco del Contrato, ejerciendo el debido control sobre la ejecución de las actividades.
6. Garantizar el recurso humano idóneo requerido para lograr el impacto esperado. Así mismo los demás recursos (logísticos, técnicos, tecnológicos, físicos, entre otros) para el logro de los objetivos propuestos.
7. Presentar el plan de trabajo detallado a ejecutar durante la duración del contrato con los responsables ante la Secretaría de Turismo y Entretenimiento para su aprobación. Igualmente se deberá socializar con el equipo de trabajo designado por el CONTRATISTA.
8. Coordinar con el supervisor cualquier novedad que se pueda presentar frente al plan de trabajo, haciendo los ajustes que sean requeridos sin afectar los objetivos propuestos planteados en las especificaciones técnicas.
9. Presentar a la supervisión, dentro de los plazos establecidos, los informes mensuales de ejecución del contrato, en los que se evidencie el cumplimiento de las obligaciones contractuales, el desarrollo de las actividades previstas en el plan de trabajo, el avance de los componentes, los productos entregados, los resultados obtenidos y, cuando corresponda, las dificultades presentadas

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

y las acciones implementadas para su atención, de conformidad con los estudios previos, sus anexos y demás documentos contractuales. Una vez aprobado, el informe debe presentarse de manera impresa (a doble cara), y se debe entregar con los anexos soportes de la ejecución del proceso.

10. Los informes mensuales de ejecución deberán acompañarse de los soportes documentales, técnicos y demás evidencias que permitan verificar la ejecución de las actividades y el cumplimiento del objeto contractual, y presentarse preferentemente en medio digital, en formatos abiertos y reutilizables, sin perjuicio de que la supervisión solicite documentos físicos cuando resulte necesario para efectos de control o gestión documental. La ejecución del contrato deberá ser conforme con los componentes establecidos en los estudios previos, presupuesto y plan de trabajo detallado. Mensualmente se debe entregar seguimiento al plan de trabajo con el valor logrado en el mes y el acumulado durante la vigencia del contrato que evidencie el avance y cumplimiento, con el detalle de las acciones acumuladas y resultados.

11. Ejecutar el contrato de conformidad con los componentes, actividades, productos, cronograma y plan de trabajo aprobados. Para efectos del seguimiento contractual, el CONTRATISTA deberá presentar mensualmente a la supervisión el avance del plan de trabajo, indicando el estado de ejecución de las actividades programadas, los productos entregados, los resultados obtenidos y el avance acumulado durante la vigencia del contrato, junto con las evidencias que soporten su cumplimiento.

12. Llevar registro escrito y fotográfico con evidencia de la fecha y hora, relacionando todas las actividades del contrato que sirva como fuente de verificación de las mismas.

13. Trabajar en forma conjunta con el personal técnico de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento del Distrito Especial de Medellín en el cumplimiento de los objetivos, para garantizar un proceso participativo de construcción y de transferencia de conocimientos y experiencias y lograr el objeto del presente contrato.

14. Apoyar de manera oportuna los requerimientos y solicitudes (PQRS) de la comunidad y desde los diferentes entes, de acuerdo con los tiempos establecidos por la administración y la ley.

15. Suministrar todo el material digital (requerido para la realización de las actividades) del contrato y toda la logística para la plena operación de éste, garantizando la cantidad, calidad de contenido y presentación.

16. Todos los materiales, contenidos y piezas comunicacionales deben ser enviados al área de comunicaciones de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento para ser revisadas y aprobadas, de acuerdo con los procedimientos definidos por la Secretaría de Comunicaciones.

17. Incorporar en las piezas publicitarias, los elementos audiovisuales e impresos, los criterios que contempla el Manual de Imagen Corporativa del Distrito de Medellín y seguir los lineamientos de la Alcaldía de Medellín en materia de Comunicaciones.

18. La marca de ciudad seleccionada en el año 2021 "Medellín, aquí todo florece" debe estar presente en todas las estrategias, herramientas y actividades comunicacionales del contrato según el direccionamiento dado por la Secretaría de Comunicaciones del Distrito de Medellín, por lo cual su aplicación deberá ser tenida en cuenta según los manuales de uso entregados, de igual forma la presencia de diferentes marcas o logos de entidades deberá ser concertado con la Secretaría de Turismo y Entretenimiento quien a su vez se apoya en la Secretaría de Comunicaciones para emitir un concepto final frente al tema.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

19. Documentar la información necesaria para alimentar los indicadores de impacto definidos por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento, que permitan dar cuenta de una gestión tanto cuantitativa como cualitativamente.
20. Entregar los primeros cinco (5) días de cada mes los informes respectivos para los reportes de indicadores del Plan de Acción y Plan Indicativo relacionados con el Contrato y con el Plan de Mercadeo del Distrito en los temas asociados al mismo.
21. Tramitar oportunamente las facturas, entregando con ellas los certificados de paz y salvo de los aportes a la seguridad social, riesgos laborales y parafiscales (en caso de aplicar según la modalidad del contrato), el certificado debe ser suscrito y firmado por el revisor fiscal o contador público y representante legal. Así mismo la factura deberá estar soportada con el informe del periodo de pago y los documentos que den cuenta de la correcta y oportuna ejecución del contrato y de los productos entregados, informe que deberá tener la firma del representante legal o su delegado y con el visto bueno del supervisor del contrato.
22. Defender en todas sus actuaciones los intereses de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento, y obrar con lealtad y buena fe en todas las etapas del contrato, así mismo informar oportunamente sobre cualquier situación que pueda poner en riesgo la ejecución del contrato.
23. La entidad ejecutora del proceso será responsable de mantener la reserva y confidencialidad de la información que obtenga como consecuencia de las actividades que desarrolle para el cumplimiento del objeto del mismo.
24. Toda la información, documentos, registros, bases de datos, directorios, contactos, agendas comerciales, oportunidades de negocio, estadísticas, reportes, estudios, piezas documentales y demás información que sea generada, recopilada, consolidada, actualizada o enriquecida con ocasión de la ejecución del presente contrato, como resultado de las actividades desarrolladas en cualquiera de sus componentes, deberá ser entregada al Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín # Secretaría de Turismo y Entretenimiento y hará parte de los productos derivados de la ejecución contractual. La información anteriormente descrita será de uso institucional del Distrito y no podrá ser utilizada por el CONTRATISTA para fines distintos a la ejecución del contrato, ni ser entregada, divulgada o comercializada a terceros sin autorización previa y escrita de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento, sin perjuicio de los derechos que le asistan sobre la información propia, preexistente o desarrollada con independencia del presente contrato. En ningún caso el CONTRATISTA podrá restringir, limitar o condicionar el acceso del Distrito a la información generada durante la ejecución contractual, ni alegar derechos de propiedad, reserva o exclusividad sobre aquella que haya sido obtenida, construida, actualizada o enriquecida con ocasión de las actividades desarrolladas en cumplimiento del objeto del contrato. Al finalizar la ejecución contractual, deberá realizar la entrega íntegra, organizada y actualizada de dicha información, junto con los soportes y metadatos que permitan su adecuada utilización y continuidad por parte de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.
25. El CONTRATISTA deberá incorporar mensualmente, como parte de los informes de ejecución, la totalidad de la información generada o actualizada durante el período reportado, en formatos abiertos y reutilizables, garantizando su integridad, calidad, trazabilidad y posibilidad de consulta por parte de la Secretaría.
26. Diligenciar todos los formatos solicitados desde gestión de calidad de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento, los cuales será responsabilidad del supervisor suministrar oportunamente. Todas

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

las actividades del contrato deben estar soportadas en los formatos de calidad sin excepción alguna, como listados de asistencia, actas de reunión, entre otros.

27. Acreditar la afiliación obligatoria y pago actualizado al Sistema General de Seguridad Social Integral del personal que requiera en desarrollo del Contrato, conforme al artículo 182 de la Ley 100 de 1993, Ley 789 de 2002, Decreto 1703 de 2002, ley 1150 de 2007 y demás normas complementarias, so pena de hacerse acreedor a las sanciones establecidas en las normas citadas.

28. Cumplir a cabalidad con los protocolos establecidos para el tratamiento de datos personales señalados en la Ley 1581 de 2012.

29. Entregar el informe de ejecución final físico y digital (USB), con todos los soportes requeridos, los anexos, la memoria y registro de todo el proceso para presentar como histórico del mismo; este informe debe presentarse con un máximo de 10 días después de la fecha de terminación del contrato.

30. Todas las piezas, materiales y productos comunicacionales o publicitarios que se publiquen, difundan o produzcan en ejecución del presente contrato, incluyendo, pero no limitando a: textos, imágenes, videos, piezas gráficas, contenidos digitales y presentaciones deberán incorporar obligatoriamente los logos de la Alcaldía de Medellín. El contratista debe garantizar que se respetará las normas de identidad visual suministradas por la entidad y no afectará derechos de terceros. Cualquier modificación o excepción deberá ser autorizada por escrito por la supervisión contractual.

31. El CONTRATISTA deberá mantener la confidencialidad y reserva sobre la información generada, recopilada, conocida o entregada con ocasión de la ejecución del presente contrato. Dicha información únicamente podrá ser utilizada para el cumplimiento del objeto contractual y no podrá ser divulgada, reproducida, transferida o utilizada para fines diferentes sin la autorización previa y escrita de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.

32. El uso o divulgación no autorizados de la información constituirá incumplimiento de las obligaciones contractuales, sin perjuicio de las acciones y responsabilidades civiles, disciplinarias, administrativas o de cualquier otra naturaleza a que haya lugar.

33. El contratista se obliga a gestionar y entregar, sin costo adicional para la Alcaldía, las bonificaciones promocionales adicionales convenidas en la negociación técnica y económica del contrato. Dichas bonificaciones consistirán en publicaciones, inserciones o servicios promocionales complementarios a los ya contratados y se registrarán por los términos, plazos y volúmenes acordados por la supervisión y apoyo técnico del contrato.

34. En el marco del componente relativo a la industria de reuniones (MICE), el contratista deberá implementar las recomendaciones y buenas prácticas contenidas en el informe ICCA pertinente para el destino, así como aquellas observaciones técnicas formuladas por el Contratista. La ejecución incluirá la formulación de un plan de implementación con cronograma, indicadores de cumplimiento y evidencia documental, el cual deberá ser presentado y aprobado por la supervisión antes de iniciar su ejecución.

35. El CONTRATISTA deberá disponer durante toda la ejecución del contrato de la capacidad técnica, administrativa, jurídica, financiera y operativa necesaria para garantizar el cumplimiento integral del objeto contractual y de las obligaciones derivadas del mismo. Para efectos de la coordinación con la supervisión, designará un coordinador o enlace institucional, quien actuará como interlocutor principal durante la ejecución del contrato. Así mismo, el CONTRATISTA

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

organizará autónomamente el talento humano requerido para atender los diferentes componentes y actividades previstas, garantizando que el personal asignado cuente con la idoneidad y experiencia necesarias para su adecuada ejecución, sin que ello implique la asignación de personal con dedicación exclusiva.

36. Obligaciones del CONTRATISTA referente al cumplimiento del sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo (SG-SST).

El CONTRATISTA debe cumplir las disposiciones contempladas en el Decreto 1072 de 2015 y la Resolución 0312 de 2019 y las demás disposiciones vigentes en materia de Seguridad Social y Seguridad y Salud en el Trabajo. Esta obligación será verificada por el (los) supervisores, con los siguientes documentos:

- o La Autoevaluación del SG-SST o autoevaluaciones del año en curso. Conforme a los resultados de la autoevaluación que aporte el CONTRATISTA.
- o Plan de Trabajo del SG-SST acorde a la autoevaluación o autoevaluaciones del año en curso.

El CONTRATISTA, deberá acreditar que todo el personal que utilice en la ejecución del contrato se encuentra afiliado a los sistemas de pensiones, salud y ARL; al momento del perfeccionamiento del contrato y en cada pago que se haga del mismo.

El Contratista asume unas obligaciones que están expresas en el artículo 28 Resolución 0312 de 2019, las cuales serán verificadas por el supervisor según sea el caso.

37. Todas aquellas obligaciones que sean necesarias para la ejecución adecuada, eficiente y segura del objeto contractual, y las demás que solicite el CONTRATISTA.

OBLIGACIONES DEL CONTRATANTE:

DISTRITO ESPECIAL DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN DE MEDELLÍN SECRETARÍA DE TURISMO Y ENTRETENIMIENTO:

1. Asignar el supervisor del contrato, el apoyo técnico y el apoyo financiero a dicha supervisión, quienes serán los responsables de realizar la supervisión, vigilancia y control del mismo, así como hacer parte del Comité Técnico.
2. Efectuar el pago del valor del contrato al CONTRATISTA en la oportunidad y tiempos descritos, previa presentación de la documentación requerida.
3. Suministrar la información que se requiera y que sea de importancia para la ejecución del contrato.
4. Recomendar acciones pertinentes al cumplimiento del objeto.
5. Programar o asistir a las reuniones convocadas y actividades de seguimiento y direccionamiento para el logro de los objetivos y del objeto del contrato.
6. Enviar el manual de imagen y manual de Marca del Distrito de Medellín el cual deberá ser tenido en cuenta por el CONTRATISTA para todas las comunicaciones, presentaciones, estrategias de publicidad, promoción e información.
7. Apoyar al CONTRATISTA en las dificultades que puedan presentarse durante el inicio, ejecución o finalización del proceso.
8. Hacer seguimiento a todas las actividades del contrato hasta la finalización del mismo.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

9. Suministrar de manera oportuna los formatos de gestión de calidad necesarios para el seguimiento y reporte de las actividades propias del mismo.

Nota: En el presente proceso de contratación no aplica la exigencia de vincular para la ejecución del contrato el cinco (5%) de la población en pobreza extrema, desplazados por la violencia, personas en proceso de reintegración o reincorporación y sujetos de especial protección constitucional, de que trata el artículo 3° del Decreto 1860 de 2021, en tanto que, el artículo 1 del mencionado Decreto establece que su objeto tiene como propósito reglamentar los artículos 30, 31, 32, 34 y 35 de la Ley 2069 del 2020 con relación al procedimiento de mínima cuantía.

3. Los fundamentos jurídicos que soportan la modalidad de selección.

En desarrollo de los principios de transparencia, planeación, responsabilidad, economía y selección objetiva que orientan la contratación estatal, el presente proceso contractual se adelantará mediante la modalidad de contratación directa, bajo la tipología de contrato interadministrativo, de conformidad con lo previsto en el literal c) del numeral 4 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007, modificado por el artículo 92 de la Ley 1474 de 2011, así como en los artículos 2.2.1.2.1.4.1 y 2.2.1.2.1.4.4 del Decreto 1082 de 2015.

La citada disposición establece que procederá la contratación directa para la celebración de contratos interadministrativos, siempre que las obligaciones derivadas del contrato guarden relación directa con el objeto de la entidad ejecutora, señalado en la ley, en sus estatutos o en los reglamentos que regulan su funcionamiento. En consecuencia, la procedencia de esta modalidad exige la verificación concurrente de dos presupuestos: (i) que las partes ostenten la calidad de entidades estatales y (ii) que exista correspondencia material entre el objeto contractual y el objeto o finalidad institucional de la entidad ejecutora.

Respecto del primer presupuesto, el artículo 2, numeral 1, literal a) de la Ley 80 de 1993 dispone que tienen la calidad de entidades estatales, entre otras, la Nación, las entidades territoriales, los establecimientos públicos, las empresas industriales y comerciales del Estado, las sociedades de economía mixta con participación estatal mayoritaria, así como las entidades descentralizadas indirectas y las demás personas jurídicas en las que exista participación pública mayoritaria, cualquiera sea la denominación que adopten.

En este contexto, la Fundación Medellín Convention & Visitors Bureau # Oficina de Convenciones y Visitantes de Medellín constituye una entidad descentralizada indirecta del Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín, integrante del Conglomerado Público Distrital, circunstancia que le otorga la calidad de entidad estatal para los efectos previstos en el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

En relación con el segundo presupuesto legal, se verificó que el objeto institucional de la Fundación Medellín Convention & Visitors Bureau guarda relación directa con las actividades que constituyen el objeto del presente contrato, en tanto dentro de sus fines se encuentran la promoción nacional e internacional del destino Medellín y Antioquia, la captación de eventos, el fortalecimiento del turismo de reuniones y vacacional, la articulación con actores públicos y privados del sector turístico, el posicionamiento del territorio en mercados estratégicos y la generación de oportunidades que contribuyan al desarrollo económico y social de la ciudad y la región.

A su vez, el objeto del presente proceso contractual consiste en fortalecer las acciones de promoción y marketing del destino Medellín mediante la ejecución de estrategias orientadas al posicionamiento de la ciudad en mercados nacionales e internacionales, la atracción de visitantes, la consolidación de la marca de ciudad, la generación de oportunidades de promoción y la articulación con actores estratégicos del sector turístico, actividades que se encuentran directamente vinculadas con la misión institucional de la entidad ejecutora.

En consecuencia, se evidencia el cumplimiento de los presupuestos legales previstos en el literal c) del numeral 4 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007 para acudir a la modalidad de contratación directa mediante contrato interadministrativo, toda vez que la entidad ejecutora ostenta la calidad de entidad estatal y las obligaciones derivadas del contrato guardan relación directa con su objeto institucional.

La relación directa entre el objeto del presente contrato y el objeto de la Fundación Medellín Convention & Visitors Bureau no es meramente formal, sino material y funcional, en la medida en que las actividades cuya ejecución se pretende contratar corresponden precisamente a aquellas para las cuales la entidad fue creada y que desarrolla en cumplimiento de sus fines institucionales. En tal sentido, la contratación proyectada no implica la delegación de competencias propias de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento, sino la ejecución especializada de actividades que contribuyen al cumplimiento de los objetivos institucionales del Distrito, en el marco de los principios de coordinación, colaboración y concurrencia que orientan la función administrativa.

Adicionalmente, la Secretaría de Turismo y Entretenimiento verificó que la Fundación Medellín Convention & Visitors Bureau cuenta con la capacidad jurídica, técnica, administrativa, operativa y financiera requerida para desarrollar las actividades objeto del contrato, así como con la experiencia institucional, el conocimiento especializado del sector turístico, el relacionamiento con actores nacionales e internacionales y la estructura organizacional necesaria para ejecutar las estrategias previstas, garantizando el cumplimiento de los fines perseguidos con la presente contratación.

En atención a lo dispuesto en el artículo 2.2.1.2.1.4.1 del Decreto 1082 de 2015, la procedencia de la contratación directa será motivada mediante el correspondiente acto administrativo de justificación, el cual contendrá las razones jurídicas y técnicas que sustentan la utilización de esta modalidad de selección y será expedido con anterioridad a la celebración del contrato.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

La presente actuación contractual se desarrolla igualmente en observancia de los principios consagrados en los artículos 209 de la Constitución Política y 23, 24, 25 y 26 de la Ley 80 de 1993, particularmente los principios de planeación, transparencia, responsabilidad y economía, así como de las disposiciones contenidas en el Manual de Contratación del Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín, las cuales exigen que toda contratación se encuentre debidamente soportada en estudios previos que acrediten la necesidad, la conveniencia, la modalidad de selección y la disponibilidad de los recursos necesarios para su ejecución.

4. El análisis técnico y económico que soporta el valor estimado del contrato, indicando con precisión las variables consideradas para calcular el presupuesto de la respectiva contratación, así como su monto y el de los costos para la entidad asociados a la realización del proceso de selección y a la ejecución del contrato.

2. El análisis técnico y económico que soporta el valor estimado del contrato, indicando con precisión las variables consideradas para calcular el presupuesto de la respectiva contratación, así como su monto y el de los costos para la entidad asociados a la realización del proceso de selección y a la ejecución del contrato.

PRESUPUESTO:

El presupuesto oficial para el presente contrato corresponde a la suma de TRES MIL CUARENTA Y TRES MILLONES SEISCIENTOS VEINTISIETE MIL SETENTA M/L \$3.043.627.070 IVA incluido.

Retenciones tributarias:

De acuerdo con las calidades tributarias del Contratista todos los pagos estarán sometidos a retenciones tributarias, y a todas las que le apliquen; dentro de los cuales se encuentran las siguientes:

- Estampilla Universidad de Antioquia: La tarifa corresponde al uno por ciento (1%) de la base gravable y según lo estipulado en los artículos 282 a 296, del acuerdo No.93 de 2023 del Concejo Distrital de Medellín.
- Estampilla Pro- innovación, autorizada por la Ley 2286 de 2023, con una tarifa del 1%, y según lo estipulado en los artículos 297 a 306, del acuerdo No.93 de 2023 del Concejo Distrital de Medellín.
- Estampilla Para la Justicia Familiar, autorizada por la Ley 2126 de 2021, con una tarifa del 2%, y según lo estipulado en los artículos 307 al 314, del acuerdo No.93 de 2023 del Concejo Distrital de Medellín.
- El presente impuesto deberá ser pagado por el CONTRATISTA una vez se emita la respectiva cuenta de cobro por parte del Distrito.

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Nota: en todo caso, la empresa contratista debe sufragar todos los impuestos que le correspondan, de conformidad con la normatividad vigente y según lo estipulado en el estatuto Tributario del Distrito de Medellín.

FORMA DE PAGO. EL DISTRITO ESPECIAL DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN DE MEDELLÍN pagará el valor del contrato de acuerdo con el PAC y con certificación de recibo a satisfacción por parte del supervisor del servicio recibido por el supervisor del Proyecto designado por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.

Los pagos se harán efectivos de la siguiente manera:

- Previa presentación de la cuenta de cobro o factura según el caso.
- Informe técnico de ejecución de actividades según el objeto del contrato y los entregables para cada desembolso.
- Certificación de pago de las obligaciones al Sistema General de Seguridad Social y Riesgos Laborales.

PARÁGRAFO PRIMERO: Los pagos se realizarán a través de transferencia electrónica a la cuenta bancaria reportada por el contratista en su inscripción como proveedor al Distrito. En el evento que se requiera modificar la cuenta bancaria registrada para los pagos, deberá presentar solicitud escrita al supervisor del contrato, acompañada de la certificación bancaria con fecha de expedición no mayor a 30 días calendario, dicha información deberá ser verificada y avalada por el supervisor del contrato remitiéndola al correo gestion.proveedores@medellin.gov.co.

PARÁGRAFO SEGUNDO: La transferencia electrónica o consignación para la cancelación de cuentas, la hará EL DISTRITO ESPECIAL DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN DE MEDELLÍN sujeto a la disponibilidad de recursos que presente la Subsecretaría de Tesorería y respetando el derecho de turno consignado en el artículo 19 de la Ley 1150 de 2007.

Una vez legalizada la minuta por las partes y firmada el acta de inicio, el Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín pagará al CONTRATISTA el valor estipulado del presente contrato en pagos parciales, así:

PRIMER PAGO: correspondiente al 20% del valor total del contrato, por SEISCIENTOS OCHO MILLONES SETECIENTOS VEINTICINCO MIL CUATROCIENTOS CATORCE PESOS M.L. (\$608.725.414), pago parcial para el desarrollo de las actividades y servicios propios del contrato, presentado los entregables en mención son:

- Plan de trabajo donde se presente el cronograma general de los dos componentes, acciones del contrato y metas asociadas a cada acción y/o actividad
- El cronograma de reuniones del comité técnico.
- Carta firmada por el representante legal que relacione las persona delegados al comité técnico.
- Acta de instalación del primer comité técnico, en el cual se detalle entre otros la programación de las reuniones de apoyo a las estrategias del contrato.

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

SEGUNDO PAGO: correspondiente al 20% del valor total del contrato, por SEISCIENTOS OCHO MILLONES SETECIENTOS VEINTICINCO MIL CUATROCIENTOS CATORCE PESOS M.L. (\$608.725.414), mes vencido, de acuerdo con la entrega de informes técnicos cuantitativos y cualitativos de las actividades ejecutadas durante el mes inmediatamente anterior (Agosto), previa presentación de un informe técnico y presupuestal y los soportes correspondientes a los productos recibidos a entera satisfacción que dé cuenta de la ejecución del objeto, especificaciones técnicas y obligaciones, junto con las evidencias de las actividades realizadas en cada uno de los componentes y los respectivos productos obtenidos, que validen la ejecución y cobro del mismo, acompañado de los soportes de pago a la seguridad social integral y recibidos a entera satisfacción por parte del supervisor.

TERCER PAGO: correspondiente al 20% del valor total del contrato, por SEISCIENTOS OCHO MILLONES SETECIENTOS VEINTICINCO MIL CUATROCIENTOS CATORCE PESOS M.L. (\$608.725.414), mes vencido (Septiembre), de acuerdo con la entrega de informes técnicos cuantitativos y cualitativos de las actividades ejecutadas durante el mes inmediatamente anterior, previa presentación de un informe técnico y presupuestal y los soportes correspondientes a los productos recibidos a entera satisfacción que dé cuenta de la ejecución del objeto, especificaciones técnicas y obligaciones, junto con las evidencias de las actividades realizadas en cada uno de los componentes y los respectivos productos obtenidos, que validen la ejecución y cobro del mismo, acompañado de los soportes de pago a la seguridad social integral y recibidos a entera satisfacción por parte del supervisor.

CUARTO PAGO: correspondiente al 20% del valor total del contrato, por SEISCIENTOS OCHO MILLONES SETECIENTOS VEINTICINCO MIL CUATROCIENTOS CATORCE PESOS M.L. (\$608.725.414), mes vencido (Octubre), de acuerdo con la entrega de informes técnicos cuantitativos y cualitativos de las actividades ejecutadas durante el mes inmediatamente anterior, previa presentación de un informe técnico y presupuestal y los soportes correspondientes a los productos recibidos a entera satisfacción que dé cuenta de la ejecución del objeto, especificaciones técnicas y obligaciones, junto con las evidencias de las actividades realizadas en cada uno de los componentes y los respectivos productos obtenidos, que validen la ejecución y cobro del mismo, acompañado de los soportes de pago a la seguridad social integral y recibidos a entera satisfacción por parte del supervisor.

QUINTO PAGO: correspondiente al 20% del valor total del contrato, por SEISCIENTOS OCHO MILLONES SETECIENTOS VEINTICINCO MIL CUATROCIENTOS CATORCE PESOS M.L. (\$608.725.414), Este pago se realizará a mes vencido, previo cumplimiento y entrega a entera satisfacción por parte del supervisor de los siguientes requisitos:

- Informe Técnico y Presupuestal de la ejecución del mes de Noviembre: Documento cuantitativo y cualitativo que dé cuenta de la ejecución del objeto, especificaciones técnicas y obligaciones desarrolladas durante el mes inmediatamente anterior.
- Soportes y Evidencias: Entrega de los productos recibidos y evidencias de las actividades realizadas en cada uno de los componentes que validen la ejecución y el cobro.
- Informe con proyección de actividades del mes de diciembre y un (1) informe ejecutivo que

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

compile en cifras y porcentajes por estrategia y el comportamiento de los indicadores definidos para el contrato.

Programa Anual Mensualizado de Caja (PAC)

Mes

Porcentaje

Valor

Mes 1 (20%) \$ 608.725.414

Mes 2 (20%) \$ 608.725.414

Mes 3 (20%) \$ 608.725.414

Mes 4 (20%) \$ 608.725.414

Mes 5 (20%) \$ 608.725.414

TOTAL (100%) \$ 3.043.627.070

IMPUESTOS TASAS Y CONTRIBUCIONES.

Con la firma del contrato, EL CONTRATISTA acepta que estarán a su cargo todos los impuestos, tasas y contribuciones establecidos por las diferentes autoridades nacionales, departamentales o municipales, y dentro de estos mismos niveles territoriales, los impuestos, tasas y contribuciones establecidos por las diferentes autoridades ambientales, que afecten el contrato y las actividades que de él se deriven. Para efectos de la retención en la fuente por renta, el Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín procederá de conformidad con la normatividad tributaria vigente, y en caso de que no haya lugar a ello, el proponente deberá indicar la norma que lo excluye o le otorga la exención.

5. La justificación de los factores de selección que permitan identificar la oferta más favorable.

Tratándose de una contratación directa mediante contrato interadministrativo, no resulta procedente la aplicación de factores de evaluación o ponderación de ofertas, por cuanto la selección del contratista no obedece a un procedimiento competitivo, sino a la verificación del cumplimiento de los presupuestos legales que habilitan esta modalidad de contratación. En consecuencia, la justificación de la selección recae en la acreditación de la capacidad jurídica, la relación directa entre el objeto

Cód: FO-GECO-084	Formato	
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

institucional de la entidad ejecutora y el objeto contractual, así como en la verificación de su capacidad técnica, administrativa, operativa y financiera para desarrollar las obligaciones previstas.

Para efectos de la presente contratación, la Secretaría verificó que la Fundación Medellín Convention & Visitors Bureau cuenta con capacidad jurídica para celebrar el contrato, de conformidad con su naturaleza jurídica, su objeto institucional y las facultades conferidas en sus estatutos. Igualmente, se constató que las actividades objeto del presente proceso guardan relación directa con su objeto institucional, cumpliéndose así el presupuesto previsto en el literal c) del numeral 4 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007.

La Secretaría verificó igualmente que la Fundación Medellín Convention & Visitors Bureau dispone de la capacidad institucional, técnica, administrativa, jurídica, financiera y operativa necesaria para ejecutar el objeto contractual, así como de la experiencia relacionada con el desarrollo de estrategias de promoción, marketing de destino, captación de eventos, posicionamiento territorial y articulación con actores del sector turístico, aspectos que evidencian su idoneidad para la ejecución del presente contrato.

En consecuencia, la Secretaría de Turismo y Entretenimiento concluye que la Fundación Medellín Convention & Visitors Bureau reúne las condiciones jurídicas, técnicas, administrativas, operativas y de experiencia necesarias para ejecutar el objeto contractual, razón por la cual su selección se encuentra debidamente justificada dentro del marco de la contratación directa mediante contrato interadministrativo, garantizando el cumplimiento de los principios de planeación, responsabilidad, economía y transparencia que orientan la contratación estatal.

TIPO REQUISITO	REQUISITO	DESCRIPCIÓN	REQUERIDO
JURIDICA	0001	Carta de presentación de la propuesta	CARTA DE PRESENTACIÓN FIRMADA POR EL REPRESENTANTE LEGAL Y EN ORIGINAL
JURIDICA	0003	Autorización de la junta o asamblea de socios	EN CASO DE REQUERIRSE AUTORIZACIÓN PARA EL MONTO A

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

TIPO REQUISITO	REQUISITO	DESCRIPCIÓN	REQUERIDO
			CONTRATAR
JURIDICA	0004	Certificación del pago de parafiscales y aportes a la seguri	CERTIFICACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LA OBLIGACIÓN FIRMADA POR REVISOR FISCAL Y REPRESENTANTE LEGAL
JURIDICA	0005	Certificación Responsabilidad Fiscal	CONSULTADO EN LA PÁGINA
JURIDICA	0006	Certificado de no sanciones o incumplimiento	DOCUMENTO LEGIBLE
JURIDICA	0007	Certificado de antecedentes disciplinarios	CONSULTADO EN LA PÁGINA
JURIDICA	0008	Certificado de Existencia y Representación Legal	EXPEDICIÓN NO MAYOR A 30 DIAS
JURIDICA	0009	Fotocopia Registro Único Tributario (RUT)	FOTOCOPIA DEBIDAMENTE ACTUALIZADA
JURIDICA	0011	Certificado de Inhabilidades e Incompatibilidades	SEGÚN FORMATO ADJUNTO
JURIDICA	0015	Certificado antecedentes judiciales	PÁGINA DE LA POLICÍA NACIONAL WWW.POLICIA.GOV.CO
JURIDICA	0026	Fotocopia cédula ciudadanía representante legal	FOTOCOPIA LEGIBLE
JURIDICA	0030	Acta de posesión	FOTOCOPIA LEGIBLE
JURIDICA	0053	Decreto de nombramiento o	FOTOCOPIA

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

TIPO REQUISITO	REQUISITO	DESCRIPCIÓN	REQUERIDO
		nombramiento	LEGIBLE
JURIDICA	0031	Estatutos de la entidad	FOTOCOPIA LEGIBLE
JURIDICA	0038	Compromiso Anticorrupción	DOCUMENTO EMITIDO POR LA ENTIDAD CONTRATISTA
TECNICA	0007	Propuesta económica	SEGÚN EL PRESUPUESTO PREVISTO PARA EL PRESENTE CONVENIO
TECNICA	0024	Certificados de experiencia	RELACIONADO S CON EL OBJETO DEL PRESENTE CONTRATO.
JURIDICA	0042	Sistema Registro Nacional de Medidas Correctivas RNMC	PÁGINA DE LA POLICÍA NACIONAL WWW.POLICIA.GOV.CO
JURIDICA	0054	Registro de Deudores Alimentarios Morosos (Redam)	FOTOCOPIA LEGIBLE

TIPO CRITERIO	CRITERIO	DESCRIPCIÓN	REQUERIDO	PUNTAJE MÁX
CALIDAD	0003	Experiencia específica del proponente		

6. El soporte que permita la estimación, tipificación y asignación de los riesgos previsibles que puedan afectar el equilibrio económico del contrato:

RIESGO	DESCRIPCIÓN	ESTIMACIÓN	ASIGNACIÓN

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

0099	Véase análisis de riesgos adjunto		
------	-----------------------------------	--	--

7. El análisis que sustenta la exigencia de los mecanismos de cobertura que garantizan las obligaciones surgidas con ocasión del proceso de selección y del contrato a celebrar:

AMPARO	DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE	DUR.ADIC.	PERIODO
0005	CUMPLIMIENTO	10,00	4	MESES
0002	CALIDAD DEL SERVICIO	10,00	4	MESES
0008	PAGO DE SALARIOS, PRESTACIONES SOCIALES E INDEMNIZACIONES LABORALES	5,00	3	AÑOS
0009	RESPONSABILIDAD EXTRA CONTRACTUAL (EXPRESADA EN SMMLV)	23,00	0	

8. Elementos descriptivos del Contrato a celebrar

Bien o servicio objeto del contrato:

Contrato interadministrativo para el fortalecimiento de la promoción, marketing de la ciudad de Medellín y el posicionamiento y activación de la marca ciudad #Medellín aquí todo florece”.

Valor estimado del contrato (valor del presupuesto oficial):

\$ 3.043.627.070

Forma de pago (incluyendo el anticipo o pago anticipado en caso de que se requiera):

Pago Parcial

Supervisión o Interventoría:

El seguimiento y control de la ejecución del contrato resultante de este proceso se realizará según lo estipulado en el plan, así:

Clase : Supervisión

Tipo : E

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

DESIGNACION	COMPONENTE	IDENTIFICACION	NOMBRE	E-MAIL
Supervisor	LIDER	43984693	DUQUE SANCLEMENTE PAULA ANDREA	paula.duque@medellin.gov.co
Supervisor	TECNICO	1152434897	ESPINOSA ALVAREZ KARINA	karina.espinosa@medellin.gov.co
Supervisor	SUPLENTE	1037600036	MEJIA MEJIA ANA MARIA	ana.mejiam@medellin.gov.co
Supervisor	JURIDICO	1037582817	Elizabeth Arenas Villa	larenassv@gmail.com
Supervisor	FINANCIERO	79876642	Simon Andrei Ceron Mesa	simon.ceron@medellin.gov.co

Lugar de Ejecución (Sitio de entrega de los bienes o servicios):

Distrito Especial de Ciencia Tecnología e Innovación

Duración o Plazo de ejecución del contrato:

5.0 Meses

Multas:

En el evento en que EL CONTRATISTA incurriere en mora, deficiencia o faltare al cumplimiento de alguna (s) de las obligaciones contraídas en el presente contrato, se acuerdan multas, las cuales serán proporcionales al valor total del contrato y a los perjuicios que sufra EL DISTRITO ESPECIAL DE MEDELLÍN. El valor de las multas no podrá exceder el cinco por mil (5X1000) del valor total del contrato cada vez que se impongan, sin superar el 10% del valor total del contrato. Para la imposición de las multas, se dará aplicación al debido proceso, conforme al artículo 86 de la Ley 1474 de 2011.

Cláusula Penal Pecuniaria:

Se estipula una cláusula penal a favor del DISTRITO ESPECIAL DE MEDELLÍN equivalente al diez por ciento (10%) del valor total de contrato, que se hará efectiva en caso de declaratoria de caducidad o del incumplimiento del contrato grave y definitivo. El valor de la cláusula penal se tomará directamente de cualquier suma que se le adeude al CONTRATISTA, si la hubiere, o de la Garantía de Cumplimiento constituida, y si esto no fuere posible se procederá al cobro coactivo de conformidad con lo previsto en el artículo 17 de la Ley 1150 de 2007.

Plan de Desarrollo:

Creemos en la educación y en las oportunidades para el bien

Cód: FO-GECO-084	Formato	 Alcaldía de Medellín <small>Distrito de</small> Ciencia, Tecnología e Innovación
Versión. 5	FO-GECO Estudios Previos	

Documento Número: 41680

Olaya Restrepo Daniel Alexander
Profesional Universitario

Lady Johana Chaverra Gonzalez
Técnica Administrativa

Melitza Bogallo Cañas
Subsecretaria de Despacho