Especificaciones Técnicas
Necesidad: 56752
EP: 41499
Objeto: Implementar acciones definidas en el plan estratégico de la industria del entretenimiento en la Ciudad.

El contratista deberá ejecutar las actividades técnicas, operativas, logísticas y comunicacionales necesarias para el diseño, estructuración, validación, promoción y posicionamiento de las Rutas y Circuitos Turísticos del Entretenimiento priorizados por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento del Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín, de conformidad con las condiciones establecidas en el presente documento.

La ejecución del contrato se desarrollará mediante los siguientes componentes:

- **Componente 1:** Diseño y estructuración de las Rutas y Circuitos Turísticos del Entretenimiento.
- **Componente 2:** Promoción, mercadeo y posicionamiento de las Rutas y Circuitos Turísticos del Entretenimiento.

3.1 Componente 1: Diseño y estructuración de las Rutas y Circuitos Turísticos del Entretenimiento

El contratista deberá diseñar, estructurar, validar y documentar las Rutas y Circuitos Turísticos del Entretenimiento priorizados por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento, garantizando que cada una de ellas cuente con criterios de calidad, sostenibilidad, accesibilidad, articulación territorial, promoción turística y viabilidad operativa.

Para el desarrollo de este componente el contratista deberá ejecutar, como mínimo, las siguientes actividades:

3.1.1. Planeación metodológica

El contratista deberá elaborar la metodología de trabajo para la estructuración de las rutas y circuitos turísticos, la cual deberá contener como mínimo:

a. Cronograma de ejecución.

b. Metodología para el levantamiento de información.

c. Metodología para la validación de las rutas.

d. Instrumentos para recolección de información.

e. Criterios técnicos para selección y priorización de experiencias.

f. Estrategia de articulación con actores del territorio.

La metodología deberá ser presentada para aprobación de la supervisión antes del inicio del trabajo de campo.

3.1.2. Inventario y caracterización de la oferta:

El contratista deberá realizar el levantamiento y caracterización de la oferta turística y de entretenimiento asociada a las rutas priorizadas.

Como mínimo deberá:

a. Identificar los atractivos turísticos.

b. Identificar operadores turísticos.

c. Identificar prestadores de servicios turísticos.

d. Identificar escenarios de entretenimiento.

e. Identificar servicios complementarios.

f. Identificar infraestructura de apoyo.

g. Elaborar el inventario georreferenciado.

h. Realizar registro fotográfico profesional.

i. Consolidar la información en bases de datos editables.

Toda la información deberá entregarse en formatos editables definidos por la supervisión.

3.1.3. Diseño de las rutas

Con base en la información levantada, el contratista deberá estructurar las rutas y circuitos turísticos.

Cada ruta deberá contener como mínimo:

a. Nombre.

b. Objetivo.

c. Descripción.

d. Público objetivo.

e. Itinerario.

f. Duración.

g. Puntos de interés.

h. Experiencias incluidas.

i. Servicios complementarios.

j. Recomendaciones para la operación.

k. Requerimientos logísticos.

l. Recomendaciones de accesibilidad.

m. Medidas de sostenibilidad.

n. Narrativa turística.

o. Ficha técnica.

p. Guion de recorrido.

Todos estos productos deberán entregarse en formato editable.

3.1.4. Validación de las rutas

Una vez estructurada cada ruta, el contratista deberá realizar recorridos piloto que permitan validar su funcionamiento y efectuar los ajustes requeridos.

Cada recorrido deberá incluir como mínimo:

a. Convocatoria de participantes.

b. Coordinación logística.

c. Acompañamiento durante el recorrido.

d. Aplicación de encuestas de satisfacción.

e. Registro fotográfico.

f. Registro audiovisual cuando sea requerido.

g. Consolidación de resultados.

h. Informe de recomendaciones y ajustes.

Los ajustes derivados de la validación deberán incorporarse a la versión definitiva de cada ruta.

3.1.5. Ruta Deporte

El contratista deberá estructurar una (1) Ruta Deporte que integre escenarios deportivos, recreativos y de bienestar priorizados por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.

La ruta deberá comprender, como mínimo:

- Unidad Deportiva Atanasio Girardot.
- Sector Estadio.
- Unidad Deportiva Belén.
- Cerro Nutibara.
- Unidad Deportiva Juan Pablo II.
- Los demás escenarios que determine la supervisión durante la ejecución del contrato.

Como mínimo deberá entregarse:

- Un (1) inventario georreferenciado con mínimo treinta (30) puntos de interés.
- Una (1) ficha técnica de la ruta.
- Un (1) guion de recorrido.
- Un (1) recorrido piloto (mínimo cinco (5) personas del ecosistema deportivo)
- Informe de validación.
- Registro fotográfico profesional.
- Banco de información editable.

3.1.6. Ruta Santa Elena

El contratista deberá diseñar, estructurar, validar y documentar la Ruta Santa Elena, mediante el desarrollo de tres (3) subrutas que reflejen la oferta turística, cultural, social, deportiva y de naturaleza del corregimiento, fortaleciendo la articulación con los actores locales y promoviendo experiencias turísticas sostenibles.

Las subrutas a desarrollar serán:

- Subruta Cultura.
- Subruta Social.
- Subruta Deporte.

3.1.6.1. Actividades mínimas

El contratista deberá ejecutar, como mínimo, las siguientes actividades:

a. Levantar y caracterizar la oferta turística y de entretenimiento existente.

b. Elaborar el inventario georreferenciado de atractivos, prestadores de servicios turísticos, operadores, escenarios y servicios complementarios.

c. Diseñar el recorrido turístico, definiendo itinerarios, narrativa, experiencias, tiempos de recorrido, recomendaciones operativas y criterios de accesibilidad.

d. Elaborar la ficha técnica y el guion metodológico de cada recorrido.

e. Realizar un (1) recorrido piloto por la ruta Santa Elena para mínimo cinco (5) personas del ecosistema turístico, aplicando instrumentos de evaluación que permitan validar la experiencia e identificar oportunidades de mejora.

f. Articular el desarrollo de las subrutas con operadores turísticos, prestadores de servicios turísticos, organizaciones comunitarias y demás actores estratégicos del territorio.

g. Incorporar criterios de sostenibilidad, accesibilidad, inclusión y fortalecimiento del patrimonio cultural y natural del corregimiento.

3.1.6.2. Entregables mínimos

Como resultado del desarrollo de la Ruta Santa Elena el contratista deberá entregar, como mínimo:

Subruta Cultura

- Un (1) inventario georreferenciado con mínimo cinco (5) puntos de interés.
- Una (1) ficha técnica.
- Un (1) guion de recorrido.
- Un (1) recorrido piloto con su respectivo informe de resultados.
- Registro fotográfico profesional.

Subruta Social

- Un (1) inventario georreferenciado con mínimo veinte (20) puntos de interés.
- Una (1) ficha técnica.

- Un (1) guion de recorrido.
- Un (1) recorrido piloto con su respectivo informe de resultados.
- Registro fotográfico profesional.

Subruta Deporte

- Un (1) inventario georreferenciado con mínimo cinco (5) puntos de interés.
- Una (1) ficha técnica.
- Un (1) guion de recorrido.
- Un (1) recorrido piloto con su respectivo informe de resultados.
- Registro fotográfico profesional.

3.1.6.3. Condiciones de ejecución

Durante el desarrollo de las actividades en el corregimiento de Santa Elena el contratista deberá:

a. Coordinar previamente las actividades con la supervisión del contrato.

b. Articular las acciones con las organizaciones, actores y escenarios comunitarios que sean definidos por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.

c. Respetar la normatividad aplicable al suelo rural, la protección del patrimonio cultural y las disposiciones ambientales vigentes.

d. Garantizar que las experiencias diseñadas respondan a criterios de sostenibilidad, seguridad, accesibilidad y fortalecimiento del turismo responsable.

3.1.7. Productos del Componente 1

Como resultado de la ejecución del Componente 1, el contratista deberá entregar, como mínimo, los siguientes productos, los cuales deberán contar con la aprobación de la supervisión:

- Un (1) Catálogo Ruta Turística del Entretenimiento – Deporte diseñada, estructurada y validada (español e inglés) con 200 impresiones del catálogo.

- Un (1) Catálogo Ruta Santa Elena (cultural, social y deporte) diseñada, estructurada y validada (español e inglés) con 200 impresiones del catálogo.

- 4 Recorridos de validación, se deberá presentar dos informes, uno de validación de la rutas del Deporte y un informe de validación de la ruta Santa Elena, que incluya los recorridos en cada subruta.

Condiciones de entrega

Todos los productos deberán:

a. Presentarse en formatos editables y en PDF cuando corresponda. La entrega debe ser en Drive que no caduque o disco duro/SSD.

b. Entregarse organizados conforme a la estructura documental definida por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.

c. Cumplir con los lineamientos de identidad visual del Distrito de Medellín y de la marca ciudad vigentes al momento de su elaboración.

d. Contar con la aprobación escrita de la supervisión como requisito para su recibo.

e. Incluir la cesión total de los derechos patrimoniales de autor cuando el producto corresponda a obras protegidas por la legislación sobre propiedad intelectual.

f. Incorporar los ajustes técnicos solicitados por la supervisión durante la ejecución del contrato.

Para el desarrollo de este componente deberá contar con la participación del siguiente personal: Director de proyecto, Coordinador operativo, Diseñador Gráfico; Profesional de comunicaciones, mercadeo y marca de ciudad, con una dedicación del 50% para este componente.

y Profesional de inventario, georreferenciación y datos, Profesional de Rutas y productos turísticos; Profesional de Articulación territorial y comunidades, con una dedicación del 100%.

3.2. Componente 2. Campaña de Promoción de ciudad y posicionamiento de las Rutas y Circuitos Turísticos del Entretenimiento

El contratista deberá diseñar e implementar las acciones de promoción y posicionamiento de las Rutas y Circuitos Turísticos del Entretenimiento, así como implementar campañas de promoción de ciudad la cual buscará posicionar la ciudad como un destino vibrante, diverso y creativo, a partir de su oferta de entretenimiento, mediante la ejecución de estrategias de comunicación, mercadeo y relacionamiento, articuladas con los lineamientos definidos por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento y con la estrategia de comunicación institucional del Distrito de Medellín.

Las actividades desarrolladas en este componente deberán orientarse a fortalecer el reconocimiento de Medellín como destino turístico de entretenimiento y contribuir al posicionamiento de las rutas estructuradas en el Componente 1.

3.2.1. Planeación de la estrategia de promoción

El contratista deberá elaborar la estrategia táctica para la implementación de las acciones de promoción y posicionamiento.

Como mínimo deberá desarrollar las siguientes actividades:

a. Elaborar el documento de implementación de la estrategia comunicacional.

b. Definir los públicos objetivo.

c. Identificar los mercados priorizados.

d. Elaborar el plan de medios.

e. Definir el cronograma de ejecución de las acciones comunicacionales.

f. Presentar la estrategia para aprobación de la supervisión antes de iniciar su implementación.

Parágrafo. La estrategia deberá desarrollarse conforme a los lineamientos, conceptos creativos, narrativa y campañas institucionales suministradas por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento. En ningún caso el contratista podrá

desarrollar una marca, identidad gráfica, eslogan o campaña independiente de la estrategia institucional del Distrito.

3.2.2. Actividades para la implementación de la estrategia de promoción y posicionamiento

Con el fin de garantizar el posicionamiento de las Campañas de Ciudad y las Rutas y Circuitos Turísticos del Entretenimiento priorizados por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento, el contratista deberá implementar las acciones definidas en la estrategia de promoción aprobada por la supervisión, orientadas a fortalecer el reconocimiento, apropiación y visibilidad de los productos turísticos desarrollados en el marco del contrato.

Para el cumplimiento de este componente, el contratista deberá desarrollar, como mínimo, las siguientes actividades:

a. Implementar la estrategia de promoción y posicionamiento aprobada por la supervisión.

b. Ejecutar las acciones de comunicación y difusión previstas en el plan de medios.

c. Desarrollar acciones de relacionamiento con actores estratégicos del sector turismo y entretenimiento para fortalecer la promoción y comercialización de las rutas y circuitos turísticos.

d. Planificar, coordinar y ejecutar una (1) rueda de negocios para promover el relacionamiento comercial entre los actores priorizados por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.

e. Planificar, coordinar y ejecutar un (1) viaje de familiarización (Fam Trip), dirigido a operadores turísticos, medios especializados, influenciadores, compradores o demás actores estratégicos definidos por la supervisión.

f. Implementar acciones de difusión y promoción mediante canales físicos, digitales y demás medios aprobados por la supervisión.

g. Realizar el seguimiento a la implementación de la estrategia y presentar los informes técnicos con los resultados obtenidos y las evidencias que soporten su ejecución.

Parágrafo. Todas las actividades deberán ejecutarse de manera articulada con la Secretaría de Turismo y Entretenimiento y conforme a los lineamientos técnicos, comunicacionales y de identidad institucional definidos por la Entidad.

3.2.3. PRODUCTOS DEL COMPONENTE 2

Como resultado de la ejecución del Componente 2, el contratista deberá entregar los siguientes productos, los cuales deberán desarrollarse conforme a los lineamientos impartidos por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento y contar con la aprobación previa de la supervisión.

A. Plan comunicacional Diseñado (Estrategia de promoción y posicionamiento)

El documento de promoción y posicionamiento de Campañas de Ciudad y Rutas y Circuitos Turísticos del Entretenimiento, debe estar alineado con los lineamientos institucionales suministrados por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento**.**

Este documento deberá contener, como mínimo:

- Diagnóstico de la estrategia;
- Públicos objetivo segmentado;
- Mercados priorizados determinados por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento;
- Objetivos de comunicación;
- Alcance esperado;
- Acciones tácticas;
- Cronograma de implementación;
- Canales de difusión, en medios digitales, tradicionales, propios y aliados;
- Indicadores de seguimiento;
- Mecanismos de medición.
- Presupuesto.

B. Plan Comunicacional ejecutado (Producción de contenidos)

El contratista deberá producir los contenidos requeridos para el posicionamiento de Campañas de Ciudad y de las rutas y circuitos turísticos del entretenimiento. Como mínimo deberá entregar:

Contenido audiovisual

- Tres (3) videos en calidad Full HD mínima, en versión horizontal y vertical, con cesión de derechos a favor del Distrito: un (1) video institucional de promoción del turismo del entretenimiento y dos (2) videos temáticos de cada ruta, uno para la Ruta Deporte y otro para la Ruta Santa Elena (Sub-ruta Santa Elena – Cultura; Sub-ruta Santa Elena – Social; Sub-ruta Santa Elena – Deporte).

Videos cortos

- Producción de diez (10) cápsulas audiovisuales o spots promocionales con duración aproximada de treinta (30) segundos, orientados a divulgar la oferta turística y de entretenimiento del Distrito, de los territorios priorizados.

Las temáticas serán definidas y aprobadas por la supervisión.

Producción fotográfica

El contratista deberá realizar el registro fotográfico profesional para las campañas de promoción desarrolladas durante el contrato.

Como producto deberá entregar:

- Un banco fotográfico con mínimo cuatrocientas (400) fotografías editadas en alta resolución;
- Archivos originales en formato RAW;
- Archivos editados;
- Cesión de derechos patrimoniales;
- Organización documental conforme a la nomenclatura definida por la Secretaría.

Diseño gráfico

El contratista deberá diseñar las piezas gráficas necesarias para la ejecución del contrato.

Las piezas podrán comprender, entre otras:

* 2 Afiches de campaña; impresión, diseño, versiones y adaptaciones.
* 20 Pendones/banner: impresión pendón/banner: 5 Ruta Deporte y 15 Ruta Santa Elena (150x200cm, lona vinílica).
* Piezas digitales:
* Impresión de 2.500 folletos plegable bilingüe (offset 4x4, couché 150g): Ruta del Deporte (1.000) y Ruta Santa Elena (1.500).
* Material POP
* Piezas para pantallas; 2 Pautas en pantallas urbanas digitales (circuito Metro / centros comerciales)
* Adaptaciones digitales;
* Diseño de piezas para pauta.

Piezas para medios digitales

- Diez (10) Reel / video corto narrativo para redes sociales de 30 segundos mínimo, 1 minuto máximo
- Treinta (30) piezas estáticas para carrusel de redes sociales en los formatos 1080×1920, 1080×1350, 1080×1080 y 1080×608, de conformidad con el plan de medios aprobado.

Estas deberán entregarse en formatos editables y adaptadas para los canales definidos por la supervisión.

Banco de contenidos
El contratista deberá consolidar un (1) banco de contenidos institucional que reúna la totalidad de los productos audiovisuales, gráficos, fotográficos y documentales elaborados durante la ejecución del contrato. La entrega debe ser disco duro/SSD de entrega.

El banco deberá entregarse organizado por categorías, rutas y fechas de producción, en medio de almacenamiento digital suministrado por el contratista.

Kit para aliados

El contratista deberá entregar kit de comunicación dirigidos a aliados estratégicos que contenga 1 Manual de uso y guía de comunicación del kit de aliados, 12 piezas editables para uso del aliado y versión bilingüe y publicación digital del kit.

El contenido, características y especificaciones de estos kits deben ser presentados previamente a la Secretaría de Turismo y Entretenimiento para aprobación teniendo en cuenta las necesidades institucionales.

Contenidos bilingües

- La totalidad de los contenidos audiovisuales, gráficos, editoriales y digitales deberán entregarse en español e inglés.

Plan de medios ATL y BTL

* Pauta Digital: Inversión mensual en pauta Meta Ads (Facebook/Instagram) segmentada, Inversión mensual en pauta TikTok Ads segmentada, Inversión mensual en pauta YouTube / Google Ads segmentada. Se debe reportar el alcance digital mensual que se proyecta en 2 millones/Mes.

Pauta tradicional: 2 Pautas Radiales (cuña 30 segundos, emisoras regionales de alta audiencia), 1 pauta en prensa (módulo en periódico regional) y alquiler e instalación de 6 vallas en exterior 8x4 m en corredores estratégicos.

* 4 Kit BTL reutilizable (stand, rollup, mantelería o dummie), Materiales de activación.

* En el marco del plan de medios se debe vincular como mínimo cinco (5) influenciadores y creadores de contenido (con perfil en turismo, entretenimiento, gastronomía, deporte y cultura) y cinco (5) medios aliados activos durante el contrato, entendiendo por "activo" la publicación de mínimo cinco (5) contenidos durante la vigencia del contrato, con métricas de alcance por publicación.

Talleres de Co-creación de la narrativa

*Realizar talleres de co-creación con actores del ecosistema para validar el enfoque narrativo (mínimo cuatro (4) talleres con participación de las verticales del entretenimiento). Esta estrategia debe ser aprobada y consultada por la secretaria de Turismo para mantener una narrativa alineada con la narrativa ya establecida por el distrito. El taller debe ser para mínimo cinco (5) personas.

*Memoria de cuatro (4) talleres de co-creación realizados con actores del ecosistema para la validación y adaptación táctica de los contenidos.

Parágrafo primero

La totalidad de los contenidos producidos deberá desarrollarse conforme a los lineamientos gráficos, editoriales y comunicacionales definidos por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento y por la dependencia competente en materia de comunicaciones del Distrito.

En ningún caso el contratista podrá divulgar, publicar o distribuir piezas, fotografías, videos o cualquier otro producto comunicacional sin la aprobación previa y expresa de la supervisión.

Parágrafo segundo

Las cantidades de piezas gráficas, contenidos digitales, adaptaciones, formatos y demás productos comunicacionales podrán ajustarse durante la ejecución del contrato por solicitud de la supervisión, siempre que no se modifique el objeto contractual ni el valor del contrato y se garantice el cumplimiento de los productos mínimos establecidos en las presentes especificaciones técnicas.

c. Acciones de promoción y relacionamiento

El contratista deberá entregar como mínimo:

- Una (1) rueda de negocios ejecutada, la cual deberá estar soportada por un (1) informe de resultados, donde se tengan evidencias de las acciones de promoción y relacionamiento implementadas que contenga registro fotográfico y audiovisual.

- Un (1) Fam Trip ejecutado, el cual deberá estar soportada por un (1) informe de resultados, donde se tengan evidencias de las acciones de promoción y relacionamiento implementadas que contenga registro fotográfico y audiovisual.

Parágrafo. Todos los productos deberán entregarse en formatos editables y finales, contar con la aprobación de la supervisión y cumplir los lineamientos del Manual de Identidad Visual del Distrito, la marca ciudad "Medellín, Aquí Todo Florece" y las directrices impartidas por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.

Para el desarrollo de este componente deberá contar con la participación del siguiente personal: Director de proyecto, Coordinador operativo, Diseñador Gráfico; Profesional de comunicaciones, mercadeo y marca de ciudad, con una dedicación del 50% para este componente.

Los profesionales de Estratega Digital y Plan de Medios y Productor(a) Audiovisual y Banco de Contenidos, con una dedicación del 100% para este componente.

3.2.5. Condiciones para la entrega, revisión y aprobación de los productos del Componente 2

Todos los productos, documentos, piezas gráficas, contenidos audiovisuales, fotografías, bases de datos, informes, estrategias, planes y demás entregables generados en desarrollo del Componente 2 deberán cumplir las siguientes condiciones técnicas mínimas:

1. Calidad técnica de los productos

Todos los productos deberán elaborarse con criterios de calidad técnica, editorial, gráfica, audiovisual y comunicacional, garantizando que respondan a los objetivos del contrato y a los lineamientos impartidos por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.

Los contenidos deberán ser originales, verificables y ajustarse a las características de los públicos objetivos definidos para la estrategia.

2. Aprobación previa de la supervisión

Ningún producto podrá entenderse como recibido a satisfacción sin la revisión y aprobación expresa de la supervisión del contrato.

Cuando la supervisión formule observaciones técnicas, conceptuales o de forma, el contratista deberá realizar los ajustes solicitados dentro del plazo que esta determine, sin que ello genere costos adicionales para la Entidad.
La aprobación de un producto no exime al contratista de la responsabilidad por la calidad técnica del mismo ni de la obligación de corregir errores que puedan identificarse durante la ejecución del contrato.

3. Entrega de archivos editables

Todos los productos susceptibles de edición deberán entregarse, como mínimo, en:

- Archivo editable;
- Archivo final listo para publicación o impresión;
- Fuentes, tipografías y demás elementos que permitan su posterior edición, cuando sea procedente;
- Manuales o especificaciones técnicas cuando correspondan.

Los formatos deberán ser compatibles con las herramientas utilizadas por el Distrito de Medellín.

4. Derechos patrimoniales de autor

Con la entrega de cada producto, el contratista deberá ceder al Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín, de manera total, irrevocable y por el término máximo permitido por la legislación colombiana, los derechos patrimoniales de autor sobre las obras creadas en desarrollo del contrato, sin perjuicio de los derechos morales de sus autores.

La cesión comprenderá la facultad de reproducir, distribuir, comunicar públicamente, transformar, adaptar, actualizar, traducir y utilizar los productos para fines institucionales, sin limitación territorial.

5. Lineamientos de identidad institucional

Todos los productos deberán cumplir los lineamientos establecidos en:

- el Manual de Identidad Visual del Distrito de Medellín;
- los lineamientos de la marca ciudad vigentes;
- los protocolos de comunicación institucional;
- las directrices impartidas por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento y por la dependencia competente en materia de comunicaciones.

La utilización de logotipos, marcas de terceros, imágenes o elementos protegidos por derechos de propiedad intelectual requerirá la autorización correspondiente y deberá cumplir la normativa aplicable.

6. Medios de verificación

Cada producto deberá estar acompañado de los soportes que permitan verificar su ejecución y calidad, según corresponda.

Entre otros, podrán exigirse:

a. Informes técnicos.

b. Actas.

c. Listados de asistencia.

d. Bases de datos.

e. Registro fotográfico.

f. Registro audiovisual.

g. Reportes de analítica.

h. Evidencias de publicación.

i. Memorias técnicas.

j. Piezas gráficas.

k. Archivos editables.

l. Certificaciones o licencias cuando sean aplicables.

7. Ajustes durante la ejecución del contrato

Cuando las necesidades del servicio lo requieran, la supervisión podrá solicitar ajustes en el contenido, diseño, formato, enfoque comunicacional o características técnicas de los productos, siempre que:

- No se modifique el objeto del contrato;
- No se altere el equilibrio económico del contrato;
- Se respeten las obligaciones y productos mínimos establecidos en las presentes especificaciones técnicas.

PERSONAL A CARGO DEL CONTRATO: El contratista deberá garantizar el recurso humano y/o equipo de trabajo idóneo, requerido para lograr los resultados esperados en el contrato, adicional de contar con un coordinador quien será el canal de comunicación directo con la supervisión de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento, y estará a cargo del seguimiento a la ejecución de actividades, el cronograma, presupuesto, envío de informes de seguimiento, avances en el proyecto, evidencias, y entre otros que se requieran. ·

Equipo mínimo requerido

1. Director(a) del Proyecto

Formación académica: Profesional en Administración, Mercadeo o Comunicación Social y Periodismo o Ciencia Política, Economía, o Administración Turística y Hotelera o Negocios Internacionales, con posgrado en gerencia de proyectos o marketing territorial o gestión cultural o turismo o comunicación estratégica o afines.

Experiencia profesional–Experiencia no inferior a cinco (5) años en dirección o coordinación de proyectos de promoción territorial o turismo y entretenimiento o marketing de ciudad o estrategias culturales o articulación institucional.

Rol específico en el proyecto: Dirección estratégica y coordinación transversal de los dos componentes del contrato, articulando proyectos de promoción territorial, turismo, entretenimiento, marketing de ciudad y relacionamiento interinstitucional.

2. Coordinador(a) Operativo(a)

Formación académica: Profesional en Administración o Planeación o Gestión Cultural o Administración Turística y Hotelera o Comunicación Social, con posgrado en gerencia de proyectos o gestión pública o planeación territorial o turismo o afines al área de conocimiento, con experiencia profesional relacionada no inferior a cinco (5) años.

Rol específico en el proyecto: Coordinación operativa integral del contrato, consolidación de entregables, gestión de cronograma y presupuesto, elaboración de informes y articulación permanente entre los componentes de rutas y comunicaciones.

3. Profesional de Rutas y Productos Turísticos - Cantidad: 2
(1) Profesional de Rutas y Productos Turísticos - Deporte
(1) Profesional de Rutas y Productos Turísticos - Santa Elena

Formación académica: Profesional en Administración Turística y Hotelera o Turismo o Gestión Cultural o Administración, con experiencia profesional relacionada no inferior a tres (3) años.

Rol específico en el proyecto: Liderazgo metodológico y técnico del Componente 1, estructuración de rutas y circuitos turísticos del entretenimiento, definición de criterios técnicos, validación de rutas y articulación de productos turísticos y actores territoriales.

4. Profesional de Articulación Territorial y Comunidades

Formación académica: Profesional en Trabajo Social o Desarrollo Territorial o Gestión Cultural o Administración Pública o áreas de conocimiento afines, con experiencia profesional relacionada no inferior a tres (3) años.

Rol específico en el proyecto: Gestión de relacionamiento comunitario y territorial, articulación con actores locales, operadores y entidades,

acompañamiento a mesas de trabajo y soporte logístico y comunitario de las actividades en territorio.

5. Profesional de Inventario, Georreferenciación y Datos

Formación académica: Profesional en Geografía o Ingeniería Geográfica o Estadística o Ciencia de Datos o Ingeniería de Sistemas o áreas de conocimiento afines, con experiencia profesional relacionada no inferior a tres (3) años.

Rol específico en el proyecto: Levantamiento georreferenciado de la oferta turística y de entretenimiento, consolidación de inventarios y mapas del ecosistema, implementación del modelo de indicadores y generación de reportes de KPIs y analítica digital.

6. Profesional de Comunicaciones, Mercadeo y Marca Ciudad (Líder Componente 2)

Formación académica: Profesional en Comunicación Social y Periodismo o Publicidad o Mercadeo o Diseño Estratégico o Comunicación Audiovisual o áreas afines, con posgrado en comunicación estratégica o marketing o branding o gestión de marca o publicidad o afines, con experiencia profesional relacionada no inferior a cinco (5) años.

Rol específico en el proyecto: Liderazgo del Componente 2, desarrollo conceptual y narrativo de la campaña, estructuración del plan de comunicaciones y medios, articulación con la marca ciudad y coordinación de estrategias de promoción territorial.

7. Productor(a) Audiovisual y Banco de Contenidos

Formación académica: Profesional en Comunicación Audiovisual y Multimedios o Cine y Televisión o Realización Audiovisual o Comunicación Social con énfasis audiovisual o Diseño y Comunicación o áreas de conocimiento afines, con experiencia profesional relacionada no inferior a tres (3) años.

Rol específico en el proyecto: Producción audiovisual integral de vídeos, piezas documentales, contenidos digitales y banco de contenidos de ciudad, garantizando entregables audiovisuales y cesión de derechos al Distrito.

8. Diseñador(a) Gráfico(a) Sénior Bilingüe

Formación académica: Profesional en Diseño Gráfico o Diseño Visual o Comunicación Gráfica o Diseño y Comunicación o áreas afines, con experiencia profesional relacionada no inferior a tres (3) años, con nivel mínimo de inglés B2 certificado.

Rol específico en el proyecto: Diseño y diagramación de piezas gráficas impresas y digitales para rutas y campañas, asegurando aplicación de lineamientos de identidad gráfica y marca ciudad en todos los entregables.

9. Estratega Digital y Plan de Medios

Formación académica: Profesional en Mercadeo o Publicidad o Comunicación Digital o Negocios Digitales o Administración con énfasis en marketing o áreas afines del conocimiento, con experiencia profesional relacionada no inferior a tres (3) años.

Rol específico en el proyecto: Planeación y ejecución de la estrategia digital y de medios, gestión de pauta segmentada, implementación de estrategias de influenciadores y consolidación de soportes y métricas de difusión.

10. Profesional de Talleres, Rueda de Negocios y Famtrip

Formación académica: Profesional en Administración Turística y Hotelera o Negocios Internacionales o Mercadeo o Comunicación Social o Administración o áreas afines, con experiencia o énfasis mínimo de tres (3) años en turismo y nivel mínimo de inglés B2 certificado.

Rol específico en el proyecto: Organización y operación de talleres de co-creación ruedas de negocios, famtrips y eventos B2B, incluyendo logística, relacionamiento y gestión de aliados estratégicos.

- Director(a) del proyecto: 1
- Coordinador(a) operativo(a): 1
- Profesional de rutas y productos turísticos: 2

- Profesional de Articulación territorial y comunidades: 1
- Profesional de Inventario, Georreferenciación y Datos: 1
- Profesional de comunicaciones, Mercadeo y Marca Ciudad: 1
- Productor(a) Audiovisual y Banco de Contenidos: 1
- Diseñador(a) gráfico(a) Senior Bilingüe (español e inglés): 1
- Estratega digital y Plan de Medios: 1
- Profesional de Eventos, talleres, Rueda de Negocios y Famtrip: 1

Total equipo mínimo: 11 personas.

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 o de acuerdo con las necesidades del contrato y estará integrado por:

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

- Coordinador del proyecto y profesionales 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 de este.

De cada comité realizado se dejará constancia en las respectivas actas; el comité debe reunirse por lo menos una vez al mes, será liderado y convocado por el supervisor delegado por el Distrito de Medellín; no obstante, podrán establecerse otros espacios requeridos por las partes del contrato.

Nota: El comité Técnico no puede tomar decisiones que modifiquen las actividades a ejecutar, pues cualquier modificación a las mismas implica surtir el proceso de aprobarse por el nivel directivo de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento, así como el proceso dispuesto por la normativa vigente, en caso de que se requiera.