



ANEXO 1 – ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

El objeto contractual para cada uno de los lotes, está comprendido por las actividades que a continuación se listan:

- **LOTE 1. «PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS ESTRATÉGICO DEL DISTRITO DE CARTAGENA DE INDIAS PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN A CARGO DE LA SECRETARÍA DE TURISMO DEL DISTRITO DE CARTAGENA»**

Progra ma	Íte m	Actividad	Product o	Meta
Desarroll o de accione s para la segurid ad, vigilanc ia y control para un turismo ordenado y responsable en Cartag ena de Indias	1.1	Documento metodológico con el Diseño y conceptualización del programa del Centro de Atención al Turista, estructuración del respectivo libreto de atención al usuario y la operación continua del centro durante toda la vigencia contractual.	Centro de atención al turista	Poner en funcionamiento 1 centro de atención al turista en el distrito
	1.2	vehículo eléctrico de estructura resistente, adecuado para desplazamientos urbanos, con las siguientes características técnicas de referencia: -Batería de ácido de plomo (60V - 72V / 76V) -Capacidad de carga de hasta 200 kg, -Tiempo de carga aproximado de 6 a 8 horas. -Llantas medida 3.0 - 10 para un óptimo desempeño en ciudad, y dimensiones aproximadas de 200 cm de largo, 80 cm de ancho y 190 cm de alto. -Peso: 133 Kg		
	1.3	Diseño y producción de 130 Kits para brigadistas, que incluye: -Camiseta tipo polo -Carnét -Gorra		

2.	2.1	MEDIO: RADIO NACIONAL							Desarroll ar campañ as de divulgaci ón para la promoció n y conectivi dad
		CIUDAD	PROVEEDOR	TAR GET	HORA RIO	FORMAT O	DURACI ON	SALID AS	
		Cartagen a	MEDIO DE COMUNICACION (RADIO) CON ALCANCE NACIONAL	Targe t 3"	10:00 - 16:00	Cuña	15"	4	
		Cartagen a	MEDIO DE COMUNICACIÓN (RADIO) CON ALCANCE REGIONAL O LOCAL	Targe t 3"	10:00 - 16:00	Cuña	15"	4	
		Barranquil a	MEDIO DE COMUNICACION (RADIO) CON ALCANCE NACIONAL	Targe t 3"	10:00 - 16:00	Cuña	15"	4	
		Barranquil a	MEDIO DE COMUNICACIÓN (RADIO) CON ALCANCE REGIONAL O LOCAL	Targe t 3"	10:00 - 16:00	Cuña	15"	4	
		Santa Marta	MEDIO DE COMUNICACIÓN (RADIO) CON ALCANCE	Targe t 3"	10:00 - 16:00	Cuña	15"	4	



ANEXO 1 – ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

		REGIONAL O LOCAL							
	Santa Marta	MEDIO DE COMUNICACIÓN (RADIO) CON ALCANCE REGIONAL O LOCAL	Tarjet 3"	10:00 - 16:00	Cuña	15"	4		
	Bogotá	MEDIO DE COMUNICACIÓN (RADIO) CON ALCANCE REGIONAL O LOCAL	Tarjet 1"	10:00 - 16:00	Cuña	15"	4		
	Bogotá	MEDIO DE COMUNICACIÓN (RADIO) CON ALCANCE NACIONAL	Tarjet 1"	10:00 - 16:00	Cuña	15"	4		
	Medellín	MEDIO DE COMUNICACIÓN (RADIO) CON ALCANCE NACIONAL	Tarjet 1"	10:00 - 16:00	Cuña	15"	4		
	Medellín	MEDIO DE COMUNICACIÓN (RADIO) CON ALCANCE REGIONAL O LOCAL	Tarjet 1"	6:00 a 9:00	Cuña	15"	4		
	Cali	MEDIO DE COMUNICACIÓN (RADIO) CON ALCANCE REGIONAL O LOCAL	Tarjet 1"	6:00 a 10:00	Cuña	15"	4		
	Cali	MEDIO DE COMUNICACION (RADIO) CON ALCANCE NACIONAL	Tarjet 1"	10:00 - 16:00	Cuña	15"	4		
	Bucarama nga	MEDIO DE COMUNICACION (RADIO) CON ALCANCE NACIONAL	Tarjet 1"	11:00 - 12:00	Cuña	15"	4		
	Bucarama nga	MEDIO DE COMUNICACION (RADIO) CON ALCANCE REGIONAL Y/O LOCAL	Tarjet 1"	10:00 - 16:00	Cuña	15"	4		
	Pereira	MEDIO DE COMUNICACION (RADIO) CON ALCANCE REGIONAL Y/O LOCAL	Tarjet 1"	10:00 - 16:00	Cuña	15"	4		



ANEXO 1 – ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

		Pereira	MEDIO DE COMUNICACION (RADIO) CON ALCANCE NACIONAL	Targ t 1"	10:00 - 16:00	Cuña	15"	4		
2.2	MEDIO: PUBLICIDAD EXTERIOR (PANTALLAS DIGITALES DE ALTO IMPACTO UBICADAS ESTRÁTEGICAMENTE EN ZONAS DE ALTO TRÁFICO)									
	CURBIMI ENTO	UBICACI ÓN	CANTI DAD	FOT O	DURA CIÓN	DESCRIP CIÓN	IMPRESI ONES	TIEMP O	Campañ a Malecón	Desarroll ar campañ as de divulgaci ón para la promoció n y conectivi dad
	Bogotá	Aeropuer to internaci onal El dorado	6		10"	6 pantallas/ Mes 20 horas funciona miento día SPOT 10 Seg / MP4-JPG Máximo 2 referencia s	64800	Un mes		
	Medellín	Aeropuer to José María Cordoba - Aeropuer to Enrique Olaya Herrera	86		10"	86 pantallas/ Mes 20 horas funciona miento día SPOT 10 Seg / MP4-JPG Máximo 2 referencia s	928800	Un mes		
2.3	MEDIOS DE COMUNICACIÓN NO CONVENCIONALES									
	ACTORE S LOCALE S	ALCANC E INSTAG RAM	ALCANCE TIKTOK		DESCRIPCIÓN		ALCAN CE		Campañ a Malecón	Desarroll ar campañ as de divulgaci ón para la promoció n y conectivi dad
	ACTOR 1	66.700	152.400		1 reel, 3 stories (ráfaga) 1 tiktok y derechos de pauta.		54500			
	ACTOR 2	30.300	130.600		1 reel, 3 stories (ráfaga) 1 tiktok y derechos de pauta.		35523			
	ACTOR 3	323.000	471.600		1 reel, 3 stories (ráfaga) 1 tiktok y derechos de pauta.		31306			
	ACTOR 4	259.000	302.000		3 stories (ráfaga) y derechos de pauta.		45138			
	ACTOR 5	1.000.000	1.700.000		1 reel, 3 stories (ráfaga) y derechos de pauta.		72103			
2.4	MEDIO: DIGITAL. (georeferenciación + redes sociales).									
	RED SOCIAL/ CANAL		FRENCUENCI A		IMPRESIONES		VIEW	VTR	Campañ a Malecón	Desarroll ar campañ as de
	META		4		13M		NA	NA		



ANEXO 1 – ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

		TIKTOK	3	4M	NA	NA		divulgación para la promoción y conectividad
		YOUTUBE	NA	NA	125K	40%		
		GOOGLE	NA	833K	8.3 K	NA		
		CTV	NA	NA	100%	96%		
		OLV	NA	NA	75%	70%		
		INAPP	NA	NA	85%	80%		
		CAMPAÑA 360ª CON DIFERENTES MARCAS						
		Banners POP UP Eanner: 3 días -SP: 15.000 impresiones -PT: 3.000 impresiones						
		Card home : 15 días -SP: 150.000 impresiones. CTR 6% -PT: 60.000 impresiones CTR 7%						
		Sección de ofertas y material promocional: Disposición de un espacio en la plataforma digital del operador turístico para la publicación y difusión de ofertas comerciales, mediante piezas informativas en formato PDF descargable, material gráfico para redes sociales y contenido audiovisual para pantallas digitales, facilitando a las agencias de viajes el acceso, la distribución y la promoción de las ofertas entre sus client						
		diseño, diagramación y envío de un newsletter exclusivo para la promoción de Cartagena de Indias como destino turístico, dirigido a contactos profesionales de agencias de viajes y operadores turísticos en España, con las siguientes características: Componente Especificación Contenido Inclusión de la marca del destino, información promocional, imágenes y enlaces de interés, con base en los insumos suministrados por la entidad. Público objetivo Contactos profesionales de agencias de viajes y operadores turísticos ubicados en España. Base de destinatarios Mínimo 8.500 contactos del segmento objetivo. Indicar cantidad estimada de entregas efectivas. Número de envíos Un envío exclusivo. Cotizar por separado los reenvíos opcionales. Tasa de apertura de referencia 25 %. CTR de referencia 12 %. Precisar si se calcula sobre correos entregados o abiertos. Informe de resultados Soporte del envío y reporte de destinatarios, entregas efectivas, rebotes, aperturas, clics y bajas.						
		Listado de medios o sitios web previstos para la difusión, indicando las condiciones de disponibilidad del inventario publicitario. No se exige contratación con un medio, plataforma o proveedor específico. Alcance de las adaptaciones de los videos y requisitos técnicos de los archivos que deberá suministrar la entidad. Plan de medios, segmentación propuesta y distribución estimada de impresiones por formato. Cronograma de implementación y ejecución. Metodología para medir impresiones, clics, CTR, reproducciones completas y alcance, según disponibilidad de cada formato. Controles de calidad del inventario. prevención de tráfico inválido v seguridad de						



ANEXO 1 – ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

		marca. Informe final con resultados y soportes verificables de ejecución.																		
		EVENTO: LANZAMIENTO DE TEMPORADA (Se realizará un evento de lanzamiento de temporada para aproximadamente de 300 a 500 personas, diseñado para redefinir la forma en que el mundo experimenta Cartagena)																		
		<table><tr><th>ELEMENTO</th><th>DESCRIPCIÓN</th></tr><tr><td>Diseño, conceptualización y desarrollo del evento de lanzamiento de temporada</td><td>Proceso integral para la creación de un evento, abarcando desde el nacimiento de la idea creativa y el mensaje central , pasando por la planificación visual, estética y espacial de la experiencia , hasta llegar a la ejecución logística, el montaje y la producción en tiempo real del proyecto</td></tr><tr><td>Diseño planimetrico</td><td>Creación del plano técnico en dos dimensiones, planificando la distribución exacta del espacio, definiendo la ubicación precisa de estructuras, mobiliario, tarimas, zonas de circulación, salidas de emergencia y puntos de servicio para asegurar que la logística y el montaje se realicen de manera correcta y segura.</td></tr><tr><td>Infraestructura técnica (Sonido, iluminación y escenografía)</td><td>Equipos, sistemas y montajes físicos necesarios para crear el ambiente y dar soporte al espectáculo. Esto incluye desde los altavoces, consolas y micrófonos para garantizar que todo se escuche perfecto (sonido), pasando por el diseño de luces, focos y efectos visuales para crear la atmósfera deseada (iluminación), hasta las tarimas, decorados, pantallas y estructuras físicas que visten el lugar y enmarcan la experiencia (escenografía).</td></tr><tr><td>Servicio de alimentos y bebidas (catering)</td><td>Abarca la planificación del menú, la preparación, el personal de servicio (meseros, bartenders, chefs de estación), el menaje (platos, cristalería, cubiertos) y la logística operativa para servir a los asistentes de manera fluida.</td></tr><tr><td>Personal logistico</td><td>Se refiere a todo el equipo humano encargado de que toda la operación funcione de manera fluida, segura y organizada, tanto detrás de escena como en la atención directa al público.</td></tr><tr><td>Mobiliario y decoración</td><td>Este rubro comprende todos los elementos físicos que visten el espacio, le dan identidad visual y garantizan la comodidad de los asistentes.</td></tr><tr><td>Producción audiovisual (video y fotografía)</td><td>Este concepto confiere a todo el equipo técnico y humano encargado de documentar, transmitir y generar contenido a partir de la experiencia. Su objetivo es capturar la esencia del evento para que perdure una vez que este termine.</td></tr></table>	ELEMENTO	DESCRIPCIÓN	Diseño, conceptualización y desarrollo del evento de lanzamiento de temporada	Proceso integral para la creación de un evento, abarcando desde el nacimiento de la idea creativa y el mensaje central , pasando por la planificación visual, estética y espacial de la experiencia , hasta llegar a la ejecución logística, el montaje y la producción en tiempo real del proyecto	Diseño planimetrico	Creación del plano técnico en dos dimensiones, planificando la distribución exacta del espacio, definiendo la ubicación precisa de estructuras, mobiliario, tarimas, zonas de circulación, salidas de emergencia y puntos de servicio para asegurar que la logística y el montaje se realicen de manera correcta y segura.	Infraestructura técnica (Sonido, iluminación y escenografía)	Equipos, sistemas y montajes físicos necesarios para crear el ambiente y dar soporte al espectáculo. Esto incluye desde los altavoces, consolas y micrófonos para garantizar que todo se escuche perfecto (sonido), pasando por el diseño de luces, focos y efectos visuales para crear la atmósfera deseada (iluminación), hasta las tarimas, decorados, pantallas y estructuras físicas que visten el lugar y enmarcan la experiencia (escenografía).	Servicio de alimentos y bebidas (catering)	Abarca la planificación del menú, la preparación, el personal de servicio (meseros, bartenders, chefs de estación), el menaje (platos, cristalería, cubiertos) y la logística operativa para servir a los asistentes de manera fluida.	Personal logistico	Se refiere a todo el equipo humano encargado de que toda la operación funcione de manera fluida, segura y organizada, tanto detrás de escena como en la atención directa al público.	Mobiliario y decoración	Este rubro comprende todos los elementos físicos que visten el espacio, le dan identidad visual y garantizan la comodidad de los asistentes.	Producción audiovisual (video y fotografía)	Este concepto confiere a todo el equipo técnico y humano encargado de documentar, transmitir y generar contenido a partir de la experiencia. Su objetivo es capturar la esencia del evento para que perdure una vez que este termine.	Campaña a Malecón	Desarrollar campañas de divulgación para la promoción y conectividad
ELEMENTO	DESCRIPCIÓN																			
Diseño, conceptualización y desarrollo del evento de lanzamiento de temporada	Proceso integral para la creación de un evento, abarcando desde el nacimiento de la idea creativa y el mensaje central , pasando por la planificación visual, estética y espacial de la experiencia , hasta llegar a la ejecución logística, el montaje y la producción en tiempo real del proyecto																			
Diseño planimetrico	Creación del plano técnico en dos dimensiones, planificando la distribución exacta del espacio, definiendo la ubicación precisa de estructuras, mobiliario, tarimas, zonas de circulación, salidas de emergencia y puntos de servicio para asegurar que la logística y el montaje se realicen de manera correcta y segura.																			
Infraestructura técnica (Sonido, iluminación y escenografía)	Equipos, sistemas y montajes físicos necesarios para crear el ambiente y dar soporte al espectáculo. Esto incluye desde los altavoces, consolas y micrófonos para garantizar que todo se escuche perfecto (sonido), pasando por el diseño de luces, focos y efectos visuales para crear la atmósfera deseada (iluminación), hasta las tarimas, decorados, pantallas y estructuras físicas que visten el lugar y enmarcan la experiencia (escenografía).																			
Servicio de alimentos y bebidas (catering)	Abarca la planificación del menú, la preparación, el personal de servicio (meseros, bartenders, chefs de estación), el menaje (platos, cristalería, cubiertos) y la logística operativa para servir a los asistentes de manera fluida.																			
Personal logistico	Se refiere a todo el equipo humano encargado de que toda la operación funcione de manera fluida, segura y organizada, tanto detrás de escena como en la atención directa al público.																			
Mobiliario y decoración	Este rubro comprende todos los elementos físicos que visten el espacio, le dan identidad visual y garantizan la comodidad de los asistentes.																			
Producción audiovisual (video y fotografía)	Este concepto confiere a todo el equipo técnico y humano encargado de documentar, transmitir y generar contenido a partir de la experiencia. Su objetivo es capturar la esencia del evento para que perdure una vez que este termine.																			
3.	3.1	Diseño, APLICATIVO WEB MALECÓN	Desarrollo y ejecución de un Apicativo web de mapa interactivo en 3D del Malecón del mar de Cartagena de Indias																	
	3.2	Pantalla táctil, con Características de 43" a 55", grado de protección mínimo contra polvo y agua, conexión a internet (cableada, Wi-Fi y/o 4G/5G)	El usuario podrá explorar el malecón girando, desplazando y haciendo zoom sobre la vista general, donde se muestren varias atracciones o lugares señalados con un punto de interacción animado, y al seleccionar uno se despliegue un panel con su información correspondiente; incluye además un modo atracción/reposo que, tras 30	Producto turístico																



ANEXO 1 – ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

			segundos de inactividad, cierra el panel activo y retorna a la vista general.		
4.	4.1	Diseño, conceptualización y ejecución en situ de 8 eventos especializados	Rutas especializadas con el objetivo de generar un impacto en las diferentes comunidades de la ciudad donde se les dé participación y sean ellos los protagonistas del evento; por ejemplo, limpieza de playas, realización de refrigerios, y creación de videos virales donde se le dé alta visibilidad a la comunidad impactada.	Ejecución de eventos especializados	Participar en 8 eventos especializados
	4.2	Creador de contenido	Creador de contenido estrictamente alineado con la temática del evento que tenga un mínimo de 50.000 seguidores orgánicos (en su red principal) y un engagement rate igual o superior al 4% + Producción audiovisual : se debe grabar el evento en alta resolución, capturando tanto las actividades principales (desarrollo) como las reacciones de los asistentes (impacto) + Un video final de alta calidad publicado en sus redes		
	4.3	Logística de transporte	Logística de transporte y/o traslados necesarios (transporte de personal, equipos técnicos, asistentes, etc)		
	4.4	Servicio de alimentación	Alimentación: servicio de refrigerios para la jornada.		
	4.5	Material publicitario y de posicionamiento (POP)	Material publicitario y de posicionamiento (POP): Diseño y producción del material POP (FLyers,manillas y termos o elementos visuales para el lugar) y la distribución de los mismos a los asistentes del evento.		
5.	ESTRATEGIA MULTIPLATAFORMA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA CARTAGENA 2026: Plan maestro de comunicaciones que consolide una alianza editorial estratégica sin precedentes con los medios de mayor alcance y credibilidad a nivel nacional multiplataforma (Televisión, Radio, Digital)				
	MEDIO DE COMUNICACIÓN DE ALCANCE NACIONAL				
	Evento y presencia en vivo	Programa en vivo: Transmisión de 1 hora en vivo desde Cartagena con una entrevista realizada sobre el turismo en la ciudad.			
		Promoción previa: Inclusión del logo de la alcaldía en un aviso impreso de expectativa en revista y en la campaña de pauta digital en medio de comunicación de alcance nacional Posteo en redes sociales con el logo de la alcaldía			
	Edición Impresa	2 páginas centrales: Publicación de dos páginas en la edición central con las conclusiones y aspectos destacados del programa en vivo.			
		1 página independiente: Publicación de una página en la edición central de diciembre centrada en contenidos de turismo.			
	Ecosistema Digital	Pauta y banners: Campaña de pauta digital previa al evento			
Adaptación de contenidos: Publicación y adaptación digital de todos los reportajes e impresos					
Redes sociales y producción Audiovisual	Publicaciones institucionales: Posteos con el logo de la alcaldía en las redes oficiales de medio de comunicación de alcance nacional y/o regional (Instagram, X y Facebook)				
	1 video formato corto: Video vertical de máximo 1:30 minutos conducido por un periodista del equipo de medio de comunicación de alcance nacional con enfoque de storytelling y experiencia en la ciudad de Cartagena de Indias				



ANEXO 1 – ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

- **LOTE 2. «PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS ESTRATÉGICO DEL DISTRITO DE CARTAGENA DE INDIAS CON LA FINALIDAD DE DIFUNDIR LAS CAMPAÑAS INSTITUCIONALES, SOCIALIZAR LA OFERTA INSTITUCIONAL Y FORTALECER LA VISIBILIDAD DE LAS ACCIONES DE GOBIERNO Y EJECUCIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO 2024 – 2027 “CARTAGENA CIUDAD DE DERECHOS”»**

N°	Categoría	Especificación técnica
1	Radio	Microinformativos con duración de hasta 60 segundos en emisoras con frecuencia AM. De las acciones y actividades adelantadas por la de las acciones de gobierno ejecutadas por la Alcaldía Mayor de Cartagena en cumplimiento del Plan de Desarrollo 2024 - 2027 "CARTAGENA CIUDAD DE DERECHOS"
2	Radio	Microinformativos con duración de hasta 60 segundos en emisoras con frecuencia FM. De las acciones y actividades adelantadas por la de las acciones de gobierno ejecutadas por la Alcaldía Mayor de Cartagena en cumplimiento del Plan de Desarrollo 2024 - 2027 "CARTAGENA CIUDAD DE DERECHOS"
3	Radio	Difusión de cuñas radiales en emisoras musicales y espacios noticiosos hasta 30" segundos en emisoras con frecuencia FM, en horario de la mañana. De las acciones y actividades adelantadas por la de las acciones de gobierno ejecutadas por la Alcaldía Mayor de Cartagena en cumplimiento del Plan de Desarrollo 2024 - 2027 "CARTAGENA CIUDAD DE DERECHOS"
4	Radio	Difusión de cuñas radiales en emisoras musicales y espacios noticiosos hasta 30" segundos en emisoras con frecuencia FM,, en horario de mediodía. De las acciones y actividades adelantadas por la de las acciones de gobierno ejecutadas por la Alcaldía Mayor de Cartagena en cumplimiento del Plan de Desarrollo 2024 - 2027 "CARTAGENA CIUDAD DE DERECHOS"
5	Radio	Difusión de cuñas radiales en emisoras musicales hasta 30" segundos en espacios en horario habitual musical en emisoras con frecuencia FM. De las acciones y actividades adelantadas por la de las acciones de gobierno ejecutadas por la Alcaldía Mayor de Cartagena en cumplimiento del Plan de Desarrollo 2024 - 2027 "CARTAGENA CIUDAD DE DERECHOS"
6	Radio	Difusión de cuñas radiales en emisoras musicales hasta 30" segundos en espacios noticiosos en emisoras con frecuencia AM, en horario de la mañana. De las acciones y actividades adelantadas por la de las acciones de gobierno ejecutadas por la Alcaldía Mayor de Cartagena en cumplimiento del Plan de Desarrollo 2024 - 2027 "CARTAGENA CIUDAD DE DERECHOS"
7	Radio	Difusión de cuñas radiales en emisoras musicales hasta 30" segundos en espacios noticiosos en emisoras con frecuencia AM,, en horario de mediodía. De las acciones y actividades adelantadas por la de las acciones de gobierno ejecutadas por la Alcaldía Mayor de Cartagena en cumplimiento del Plan de Desarrollo 2024 - 2027 "CARTAGENA CIUDAD DE DERECHOS"
8	Radio	Difusión de cuñas radiales en emisoras con frecuencia AM, Hasta 30" segundos en horario habitual musical. de las acciones y actividades adelantadas por la de las acciones de gobierno ejecutadas por la Alcaldía Mayor de Cartagena en cumplimiento del Plan de Desarrollo 2024 - 2027 "CARTAGENA CIUDAD DE DERECHOS"
9	Televisión regional	Transmisión televisiva de eventos: espacio de hasta dos horas de cobertura en vivo del evento, con integración de marca en tiempo real, para evento cultural y/o informativo, en medio de televisión regional.
10	Televisión regional	Difusión de mensajes comerciales televisivos en horarios AAA incluyendo autopromoción de eventos culturales de las acciones y actividades adelantadas por la de las acciones de gobierno ejecutadas por la Alcaldía Mayor de Cartagena en cumplimiento del Plan de Desarrollo 2024 - 2027 "CARTAGENA CIUDAD DE DERECHOS"
11	Prensa impresa regional	Publicación de portada falsa en edición impresa de periódico de circulación regional, en formato estilo europeo, compuesta por una portada de 29,29 cm de alto x 25,8 cm de ancho y una página



ANEXO 1 – ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

		interior de 33,6 cm de alto × 25,6 cm de ancho, destinada a la divulgación de contenido institucional.
12	Prensa impresa regional	Aviso de página en formato estilo europeo que consta de 1 página con medidas de 25, 6 cm de alto * 33,6 cm de ancho y 1 portada de 25,6 cm de alto * 29,9 cm de ancho a policromía en periódico tradicional
13	Prensa impresa regional	Aviso de página completa o contenido en formato estilo europeo (periódico Tradicional) con medidas de 25, 6 cm de alto * 33,6 cm de ancho a policromía
14	Prensa impresa regional	Publicación de un contenido anchado en home por 24 horas. realizado por el medio de comunicación.
15	Prensa impresa regional	Servicio de Notificación instantánea enviada a los usuarios inscritos al servicio.
16	Prensa impresa regional	Video de 45 segundos a un minuto. Se publica en las historias de las redes Instagram y Facebook (3 días en el feed de reels, Historia en Instagram/24h)
17	Prensa impresa regional	Tres historias en meta formato 1080* 1920 cada una por 24 horas
18	Prensa impresa regional	Aviso de página en formato estilo tabloide consta de 1 página con medidas de 26 cm de alto * 25,5 cm de ancho y 1 portada de 20,25 cm de alto * 25,5 cm de ancho a policromía en periódico popular
19	Prensa impresa regional	Página completa de Aviso o contenido en formato tabloide (periódico popular) con medidas de 26 cm de alto * 25,5cm de ancho a policromía
20	Publicación en revista impresa de amplia circulación nacional	Publicación de página impresa, los cuales incluirán réplica digital en página web y distribución en redes sociales por nota.
21	Publicación en revista impresa de amplia circulación nacional	Reducciones en video de los principales highlights de la entrevista con la participación del alcalde para publicación en las diferentes plataformas digitales de la revista.
22	Publicación en revista impresa de amplia circulación nacional	Notas digitales con reducciones embebidas ampliando el contenido audiovisual, en página web de la revista.
23	Publicación en revista impresa de amplia circulación nacional	Pauta digital en video con mejores momentos de entrevista.
24	Publicación en revista impresa de amplia circulación nacional	Distribución del contenido en un especial multimedia en la revista
25	Publicación en revista impresa de amplia circulación nacional	Distribución del contenido en las redes sociales propia. Facebook de la revista, insta history en Instagram de la Revista
26	Publicación en revista impresa de amplia circulación nacional	Pauta display para la alcaldía. (500 mil impresiones) que redirigirá a la URL que designen
27	Publicación en revista impresa de amplia circulación nacional	Distribución del video en redes sociales (Reel en Instagram, historia en Instagram, Youtube Short, video en Facebook, video en Tik tok, video en X).
28	Televisión nacional	Emisión de contenido audiovisual de hasta dos minutos en canal de televisión de cobertura nacional, en franja de alta audiencia.
29	Televisión nacional	Emisión de contenido audiovisual de hasta dos minutos, en sección especial de canal de televisión con cobertura nacional, en franja Early.
30	Televisión nacional	Emisión de contenido audiovisual de hasta dos minutos, en sección informativa y/o de opinión de canal de televisión con cobertura nacional, en franja Prime.
31	Televisión nacional	Emisión de nota informativa de hasta dos minutos en noticiero de canal de televisión con cobertura nacional, en franja Prime.
32	Televisión nacional	Transmisión en vivo de programa en canal de televisión de cobertura nacional desde el lugar indicado por la entidad contratante, incluyendo presentación y despedida institucional.
33	Televisión nacional	Entrevista de hasta cinco minutos en programa de canal de televisión con cobertura nacional, con vocero designado por la entidad contratante.
34	Televisión nacional	Emisión de nota informativa de hasta un minuto y treinta segundos en canal de televisión con cobertura nacional durante el desarrollo del programa.
35	Digital / Redes sociales	Publicación de contenido en formato post para amplificación y difusión de contenido institucional, a través de la cuenta oficial de Instagram de canal de televisión con cobertura nacional.
36	Digital / Redes sociales	Publicación de contenido audiovisual en formato Reel a través de la cuenta oficial de Instagram de programa y/o canal de televisión con cobertura nacional, para difusión y amplificación de contenido institucional.



ANEXO 1 – ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

37	Producto editorial	Dirección creativa y conceptualización de libro para visibilizar la historia, la identidad y la proyección de Cartagena en el marco de las Fiestas de Independencia.
38	Producto editorial	Diseño editorial y diagramación de libro para visibilizar la historia, la identidad y la proyección de Cartagena en el marco de las Fiestas de Independencia.
39	Producto editorial	Producción editorial y coordinación general de libro para visibilizar la historia, la identidad y la proyección de Cartagena en el marco de las Fiestas de Independencia.
40	Producto editorial	Trabajo periodístico y redacción de perfiles y contenidos de libro para visibilizar la historia, la identidad y la proyección de Cartagena en el marco de las Fiestas de Independencia.
41	Producto editorial	Corrección de estilo y de pruebas de libro para visibilizar la historia, la identidad y la proyección de Cartagena en el marco de las Fiestas de Independencia.
42	Producto editorial	Investigación y documentación editorial de libro para visibilizar la historia, la identidad y la proyección de Cartagena en el marco de las Fiestas de Independencia.
43	Producto editorial	Edición fotográfica y curaduría de imágenes de libro para visibilizar la historia, la identidad y la proyección de Cartagena en el marco de las Fiestas de Independencia.
44	Producto editorial	Derechos de autor y uso de fotografías y textos, según requerimientos del proyecto de libro para visibilizar la historia, la identidad y la proyección de Cartagena en el marco de las Fiestas de Independencia.
45	Producto editorial	Impresión, distribución y entrega de ejemplares de libro de colección para visibilizar la historia, la identidad y la proyección de Cartagena en el marco de las Fiestas de Independencia.. Libro de 120 páginas interiores, tamaño cerrado 21,5 × 28 cm, con las especificaciones de impresión y acabados definidas para el producto editorial.
46	Estrategias BTL	Presentar los diseños, plan de trabajo, guiones de contenidos, presupuesto y detalle del programa a cumplir en las activaciones BTL definidas.
47	Estrategias BTL	Conceptualizar y desarrollar mensajes institucionales a través de estrategias BTL.
48	Estrategias BTL	Activaciones BTL de alto impacto en espacios comunicacionales no convencionales como eventos, certámenes, actos significativos de orden social, académico, gremial o cultural, y en las cuales se puedan visibilizar los mensajes de las campañas de la secretaría ante públicos estratégicos, replicadores o líderes de opinión. Donde se incluya presencia de marca, integración dentro de la experiencia, contenidos y cobertura.