LANZER

PROPUESTA COMERCIAL

Marca territorial, plataforma turística e himno

para el municipio de Simijaca, Cundinamarca

PREPARADO PARA	**Alcaldía Municipal de Simijaca** Secretaría de Desarrollo Económico y Agropecuario	**FECHA**	08 de octubre de 2026
PRESENTADO POR	**Lanzer S.A.S.** NIT 901.786.604-1	**VIGENCIA**	30 días calendario

1. CONTEXTO

El punto de partida

Simijaca tiene con qué: una vocación agropecuaria reconocida en todo el valle de Ubaté, un calendario de fiestas y tradiciones que convoca cada año, y un paisaje rural que hoy se cuenta más en las redes de sus habitantes que en un canal propio del municipio. Lo que no existe todavía es un lugar donde todo eso esté reunido, con una sola voz y una sola imagen.

Cuando un visitante busca Simijaca hoy, encuentra información dispersa entre notas de prensa, publicaciones sueltas y directorios genéricos. Y cuando el municipio necesita mostrarse —ante un turista, ante una entidad departamental, ante un aliado comercial— tiene que improvisar con lo que hay a la mano.

Esta propuesta plantea resolver ese vacío con tres piezas que se sostienen entre sí: una marca territorial que le dé identidad al municipio, una plataforma digital que la ponga a circular, y una nueva versión del himno que le devuelva a Simijaca su símbolo sonoro con la calidad que hoy merece.

2. MODELO DE LA SOLUCIÓN

Tres componentes, un mismo relato

Los tres entregables no son proyectos paralelos: son capas de una misma construcción. La marca territorial se desarrolla primero porque define el concepto, la paleta, la tipografía y el tono que después heredan tanto el sitio web como el video del himno. La plataforma simijaca.travel es donde esa marca se vuelve útil y visible para el visitante. Y el himno es la pieza emocional que le da a los simijenses algo que reconocer como propio.

Trabajarlos juntos, con un mismo equipo y en una misma ventana de tiempo, evita el resultado habitual de contratarlos por separado: una marca que no coincide con el sitio, y un video que no se parece a ninguno de los dos.

LANZER

3. COMPONENTES

Componente 1 · Marca territorial de Simijaca

Desarrollo de la marca territorial y turística del municipio, siguiendo el modelo de las marcas territoriales consolidadas del departamento. El trabajo se organiza en un proceso creativo con puntos de validación y un paquete de entregables con alcance definido.

PROCESO CREATIVO

- **Fase de inmersión:** investigación del territorio, revisión de referentes y definición de la plataforma de marca: propósito, atributos, promesa, tono y relato.
- **Socialización:** mesa de trabajo con actores locales —Administración, comerciantes, prestadores turísticos y comunidad— para validar los atributos con los que Simijaca quiere ser reconocida.
- **Tres propuestas creativas:** tres rutas iniciales claramente diferenciadas entre sí. Cada una se presenta con su concepto, relato, eslogan posible, paleta, referencias visuales y aplicaciones preliminares, y se sustenta ante la Alcaldía para facilitar la selección.
- **Dos rondas de ajustes incluidas:** sobre la ruta seleccionada se realizan hasta dos (2) rondas de ajustes sin costo adicional, antes de su aprobación final.
- **Acta de aprobación:** la marca se aprueba formalmente mediante acta suscrita por la Alcaldía. Solo a partir de esa aprobación se inicia la producción final de la plataforma web, el video y las aplicaciones.

ENTREGABLES

- **Manual de marca completo:** un manual integral, no una cartilla resumida. Incluye los fundamentos de la marca (propósito, atributos, promesa, tono y relato) y el sistema visual: logosímbolo, retícula de construcción, zona de protección, tamaños mínimos, versiones, colores en HEX, RGB y CMYK, tipografías, iconografía, patrones, estilo fotográfico y usos indebidos.
- **Convivencia con la imagen institucional:** un capítulo del manual define cómo se relaciona la marca turística con la imagen de la Alcaldía, de modo que la complemente sin reemplazar el escudo municipal ni los símbolos oficiales, y sin generar confusión sobre la identidad oficial del municipio.
- **Tipografías y licencias:** se utilizan tipografías de licencia abierta que permiten su uso institucional y comercial sin costo. El manual incluye la relación de cada fuente, su tipo de licencia y su origen oficial de descarga.
- **Aplicaciones:** mínimo quince (15) plantillas editables para redes sociales, firma de correo electrónico, membrete, presentación institucional, pendón, afiche, invitación, certificado, piezas para ferias, plantilla de boletín, mapa turístico y piezas de señalización conceptual.
- **Formatos de entrega:** logosímbolo y sistema gráfico en AI y EPS, SVG, PDF vectorial, PNG con fondo transparente y JPG, en versiones para impresión (CMYK) y para uso digital (RGB).

Se entregan los archivos fuente editables y abiertos, con cesión total de los derechos patrimoniales a favor del municipio.

LANZER

Componente 2 · Plataforma simijaca.travel

Sitio web turístico propio del municipio, construido sobre una arquitectura equivalente a la de las plataformas turísticas territoriales de referencia en Colombia. Incluye:

- **Secciones:** atractivos turísticos, rutas y experiencias, directorio de prestadores de servicios, agenda de eventos, galería multimedia, sección de cómo llegar y espacio de noticias.
- **Contenido propio:** todos los textos, fotografías y videos son producidos por Lanzer directamente en el municipio —incluye fotografía terrestre y aérea con dron—; no se trabaja con material de archivo ni con contenido genérico.
- **Bilingüe:** versión en español e inglés, para atender al visitante nacional y extranjero.
- **Administrable:** panel de contenidos para que la Alcaldía cargue eventos, noticias y nuevos prestadores, con capacitación al equipo al momento de la entrega.
- **Dominio, hosting y administración:** registro del dominio simijaca.travel, hospedaje, certificado de seguridad, copias de respaldo, actualizaciones y administración del sitio por doce (12) meses contados desde su puesta en producción.
- **Optimización:** estructura optimizada para buscadores y preparada para posicionar al municipio en las búsquedas de turismo de la región.

Componente 3 · Himno de Simijaca: nueva versión y video oficial

Reinterpretación del himno municipal vigente. La letra y la base rítmica del himno ya existen y se conservan como punto de partida; el trabajo consiste en elevar su calidad sonora mediante una nueva producción musical asistida por inteligencia artificial, y en crear desde cero un video oficial que lo acompañe.

PRODUCCIÓN MUSICAL

- **Revisión de la obra vigente:** con base en los soportes que entregue la Alcaldía, se revisan la letra y la estructura musical del himno actual. Si se proponen ajustes a la letra, estos se someten a aprobación formal antes de iniciar la producción.
- **Producción con inteligencia artificial:** la nueva versión se produce en Suno, bajo un plan de suscripción que otorga derechos de uso comercial sobre el material generado, con dirección creativa de Lanzer, mezcla y masterización. La voz principal también se genera en la herramienta.
- **Declaración sobre el uso de IA:** Lanzer entrega una declaración escrita que identifica la herramienta, el plan contratado y sus términos de licencia vigentes al momento de la producción, junto con el registro del proceso de dirección creativa como soporte de la intervención humana.
- **Intérpretes:** al tratarse de una voz generada con inteligencia artificial, el fonograma no involucra intérpretes humanos ni requiere cesiones de derechos conexos de interpretación.
- **Entregables de audio:** máster WAV en alta calidad, MP3, versión completa, pista instrumental, versión ceremonial corta para actos protocolarios y pistas separadas (stems), además de la sesión de mezcla cuando exista.

LANZER

VIDEO OFICIAL

- **Producción desde cero:** obra audiovisual nueva con tomas realizadas en el municipio —paisaje, gente y tradición—, incluida fotografía aérea con dron.
- **Versiones:** versión completa del himno y versión corta optimizada para redes sociales, entregadas como archivos maestros en alta resolución y sin marcas de agua.
- **Autorizaciones de imagen:** Lanzer gestiona las autorizaciones de uso de imagen de las personas que aparezcan en el video y las entrega al municipio junto con el material.

DERECHOS Y GARANTÍAS

- **Cesión de derechos:** al finalizar la obra, Lanzer cede al municipio la totalidad de los derechos patrimoniales sobre lo que produce: el nuevo arreglo y producción musical, el fonograma y la obra audiovisual. La letra y la música originales del himno vigente conservan su titularidad actual.
- **Originalidad e indemnidad:** Lanzer garantiza que sus aportes —arreglo, producción musical, imágenes, video y herramientas utilizadas— no infringen derechos de terceros, y responde frente a cualquier reclamación que se derive de ellos. Esta garantía no cubre la letra ni la música del himno vigente, cuya titularidad corresponde verificar al municipio.
- **Registro ante la Dirección Nacional de Derecho de Autor:** Lanzer prepara los formularios y soportes y acompaña el trámite hasta la radicación del registro del fonograma y de la obra audiovisual. Si el trámite genera alguna tasa, esta corre por cuenta del municipio. La decisión sobre el registro corresponde a la entidad.

Condiciones previas a cargo de la Alcaldía

Por tratarse de la reinterpretación de una obra existente, la producción musical inicia una vez la Administración haya surtido lo siguiente:

- Copia del acto administrativo, acuerdo municipal u otro soporte mediante el cual se adoptó el himno vigente, con su letra, música, autoría y condiciones de uso.
- Verificación de la titularidad del himno vigente: soporte de que el municipio es titular de los derechos, de que la obra se encuentra en dominio público, o autorización escrita de sus autores o herederos para realizar la nueva versión.
- Concepto jurídico sobre el trámite institucional requerido para adoptar la nueva versión y sobre la autoridad competente para hacerlo.
- Socialización y validación con el Concejo Municipal, el sector cultural, las instituciones educativas, la Casa de la Cultura, historiadores locales y la comunidad. Lanzer apoya estos espacios con el material de presentación.
- Aprobación formal de la letra antes de iniciar la producción musical y audiovisual.

Recomendamos que, una vez entregada, la nueva versión sea adoptada formalmente mediante acto administrativo o Acuerdo del Concejo Municipal. Esa adopción es la que le otorga el carácter de himno oficial de Simijaca.

LANZER

4. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

Entre 8 y 12 semanas

Las fases se traslapan de forma deliberada: mientras la marca se valida, el equipo de producción ya está grabando en el territorio, y la Alcaldía adelanta en paralelo la validación institucional del himno. Ese solapamiento es lo que permite entregar los tres componentes en una sola ventana.

SEMANA	FASE	ACTIVIDAD
1 – 2	**Inmersión territorial**	Investigación del territorio, revisión de documentación existente, mesa de socialización con actores locales y levantamiento del inventario de atractivos, experiencias y prestadores. Solicitud a la Alcaldía de los soportes del himno vigente.
1 – 7	**Validación del himno (a cargo de la Alcaldía)**	Entrega de soportes del himno vigente, verificación de titularidad, concepto jurídico, socialización con Concejo, sector cultural y comunidad, y aprobación formal de la letra.
3 – 5	**Marca territorial**	Tres propuestas creativas, selección de ruta, dos rondas de ajustes, desarrollo del sistema de identidad y del manual de marca. Cierra con el acta de aprobación de la marca.
4 – 7	**Producción de contenido**	Salidas de campo en el municipio: fotografía terrestre y aérea con dron, video, y redacción de los textos de atractivos, rutas y prestadores.
6 – 9	**Plataforma simijaca.travel**	Arquitectura, diseño y desarrollo del sitio, carga de contenidos, versión en inglés, optimización para buscadores y puesta en producción.
8 – 11	**Himno y video**	Producción musical de la nueva versión, mezcla y masterización; rodaje y montaje del video en sus dos versiones.
12	**Entrega y lanzamiento**	Entrega de archivos fuente, capacitación al equipo de la Alcaldía en el uso del manual de marca y del panel administrable, radicación de registros y acompañamiento al lanzamiento público.

Los tiempos parten de la fecha de inicio acordada y del acceso oportuno a la información, los contactos y los permisos de grabación que dependen de la Administración Municipal. El inicio de la producción final depende del acta de aprobación de la marca, y el del himno, de las condiciones previas descritas en el Componente 3.

LANZER

5. INVERSIÓN

INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

$ 10.000.000 COP

Diez millones de pesos m/cte · Valor total por los tres componentes

El valor incluye los tres componentes descritos: la marca territorial con su manual, aplicaciones y archivos fuente; la plataforma simijaca.travel con dominio, hospedaje y administración por doce meses; y la nueva versión del himno con sus entregables de audio y su video en las dos versiones.

Valor expresado en pesos colombianos. Corresponde al valor total del proyecto e incluye los impuestos a que haya lugar según la normatividad vigente.

La forma de pago se acuerda conforme al procedimiento contractual de la Alcaldía Municipal de Simijaca.

6. ALCANCE Y SUPUESTOS

- El dominio simijaca.travel se registra y administra a través de Lanzer. El hospedaje, la administración y el soporte del sitio están incluidos por doce (12) meses; a partir del mes trece se acuerda un valor de renovación y mantenimiento, que se cotiza por separado.
- La Alcaldía facilita oportunamente la información institucional, los contactos de los prestadores turísticos y los permisos necesarios para las grabaciones en espacios públicos y privados del municipio.
- El himno se desarrolla como una reinterpretación del himno vigente, conservando su letra y base rítmica. La verificación de su titularidad y los trámites institucionales para adoptar la nueva versión corresponden a la Administración Municipal.
- La marca territorial es una marca turística y de promoción: no reemplaza el escudo, la bandera ni los demás símbolos oficiales del municipio.
- No incluye el registro de la marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio. Ese trámite puede gestionarse por separado, previa cotización.
- Las rondas de ajuste adicionales a las dos incluidas, los ajustes solicitados sobre entregables ya aprobados por la Alcaldía y los cambios de alcance no contemplados en

este documento se cotizan de forma independiente.Esta propuesta tiene una vigencia de treinta (30) días calendario a partir de la fecha indicada en la portada.

Quedamos atentos a sus comentarios para dar inicio.

Atentamente,



DAVID PÁEZ PERDOMO
Rep. Legal – Director Creativo
d@lanzer.co
313 610 31 92