

## TERMINOS DE REFERENCIA

FOGR06 /versión 01

### TÉRMINOS DE REFERENCIA – EXPERIENCIA GASTRONÓMICA E INFLUENCER MARKETING DE ALTO IMPACTO

**PROCESO No:**  
**PROGRAMA: POLLO**  
**PROYECTO PRESUPUESTAL: PROMOCIÓN DE CONSUMO**

**FECHA:** 12/05/2026

#### I. INTRODUCCIÓN

La **FEDERACIÓN NACIONAL DE AVICULTORES DE COLOMBIA, FENAVI, NIT 860.532.584-2**, entidad sin ánimo de lucro con personería jurídica otorgada por el Ministerio de Agricultura mediante Resolución No. 0431 de fecha 28 de septiembre de 1983, debidamente inscrita bajo el número 00003607 del libro I de entidades sin ánimo de lucro en la Cámara de Comercio de esta ciudad, y quien simultáneamente es el administrador del FONDO NACIONAL AVÍCOLA, FONAV, Fondo parafiscal creado mediante Ley 117 de 1994 declarada exequible mediante sentencia C-132 de 2009, modificada aquella por Ley 1255 de 2008 y reglamentada mediante el Decreto 823 de 1994, pone a disposición de los interesados los presentes términos de referencia para la selección de una agencia integral especializada en estrategias de influencer marketing, producción audiovisual, operación logística y ejecución de experiencias gastronómicas de alto impacto.

#### **NOSOTROS:**

Fenavi como entidad representativa del sector avícola colombiano, ejerce la representación gremial de los avicultores con el propósito de propender por el desarrollo de la Industria Avícola, proteger y defender los intereses de los avicultores, solicitar la atención necesaria y requerir la protección del estado que la producción Avícola necesite y administrar los recursos del Fondo Nacional Avícola, entre otras.

#### **VISIÓN DE FENAVI:**

Ser la entidad líder e influyente del sector agropecuario, que asegure un entorno propicio para la actividad avícola, y el reconocimiento de su contribución a la seguridad alimentaria y al crecimiento económico y social de los colombianos.

### **EXPERIENCIA GASTRONÓMICA E INFLUENCER MARKETING DE ALTO IMPACTO**

#### **CAPÍTULO I**

##### **1. GENERALIDADES, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS**

###### **1.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROCESO**

La Federación Nacional de Avicultores de Colombia – FENAVI-FONAV se encuentra interesada en desarrollar una estrategia gastronómica y digital de alto impacto orientada a fortalecer el posicionamiento del pollo colombiano, incentivar su consumo y generar una movilización masiva de consumidores hacia restaurantes aliados en diferentes ciudades del país.

En este contexto, surge la necesidad estratégica de contratar un aliado integral que no solo diseñe, estructure y ejecute una experiencia gastronómica tipo “festival” enfocada en preparaciones a base de pollo frito, sino que además garantice la máxima eficiencia asociada a la estrategia. Este aliado deberá proporcionar capacidades avanzadas, incorporando herramientas tecnológicas que permitan una segmentación precisa, la reducción del desperdicio presupuestario (media wastage) y la protección de la reputación de la marca en entornos digitales.

## TERMINOS DE REFERENCIA

FOGR06 /versión 01

La actividad contempla la participación aproximada de trescientos cincuenta (350) restaurantes distribuidos en cinco ciudades del país, articulados bajo una misma narrativa gastronómica y una estrategia de comunicación integral que combine experiencia presencial, amplificación digital y gestión eficiente de medios, permitiendo generar visibilidad, tráfico, conversación digital y resultados medibles tanto a nivel comercial como comunicacional.

En este sentido, la estrategia deberá fortalecer la visibilidad del pollo colombiano mediante una experiencia gastronómica de amplia participación ciudadana, integrando restaurantes, consumidores y plataformas digitales, bajo un enfoque de alto impacto.

### 1.2 OBJETIVO GENERAL

Contratar una agencia o empresa especializada que diseñe, estructure y ejecute integralmente una estrategia gastronómica y digital de alto impacto, orientada al desarrollo de una experiencia tipo “festival” alrededor del pollo frito, que incluya la convocatoria y articulación de restaurantes, el liderazgo estratégico de un influenciador gastronómico, la implementación de una estrategia digital, la producción de contenido audiovisual, la operación logística y la medición de resultados.

### 1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

La estrategia deberá permitir alcanzar los siguientes objetivos:

- Incrementar el consumo de pollo durante el periodo de ejecución de la actividad.
- Generar tráfico hacia los restaurantes participantes.
- Posicionar la categoría de pollo dentro de conversaciones gastronómicas de alto impacto.
- Desarrollar una estrategia digital masiva mediante influenciador o creadores de contenido.
- Generar contenido audiovisual de alta circulación y engagement.
- Fortalecer la visibilidad de Pollo Colombiano.
- Generar indicadores medibles de impacto comercial, digital y comunicacional.

## CAPÍTULO II

### 2. OBJETO DEL CONTRATO

El presente contrato tiene como objeto la planeación, estructuración, ejecución y producción integral de una estrategia gastronómica y digital tipo “festival”, enfocada en preparaciones a base de pollo frito, que incluya la participación de un influenciador gastronómico o figuras públicas de alto reconocimiento, la vinculación de restaurantes aliados y la generación de contenido audiovisual y digital de alto impacto.

La estrategia deberá contemplar de manera integral:

- Gestión y contratación de influencer gastronómicos y/o creadores de contenido.
- Convocatoria, selección y articulación de los restaurantes participantes.
- Diseño y ejecución de la estrategia digital.
- Producción de contenido audiovisual y digital alineado con la narrativa de la campaña.
- Desarrollo y ejecución de las fases de expectativa, lanzamiento y cierre de la actividad.
- Operación logística y coordinación general de la experiencia gastronómica.
- Gestión de derechos de imagen, uso y explotación de contenidos.
- Medición de resultados mediante indicadores y KPIs de impacto comercial, digital y comunicacional.

## TERMINOS DE REFERENCIA

FOGR06 /versión 01

### CAPÍTULO III

#### 3. ALCANCE DEL PROYECTO

##### LIDERAZGO ESTRATÉGICO DE LA ACTIVIDAD

El proponente deberá presentar una propuesta integral que contemple la planeación, coordinación y ejecución de la actividad, incluyendo la gestión del influenciador o figura pública principal, convocatoria y relacionamiento con restaurantes participantes, producción audiovisual, estrategia digital, operación logística, generación de contenido y medición de resultados.

El perfil del influenciador o líder de opinión propuesto deberá contar con reconocimiento nacional, comunidad digital activa y verificable, experiencia comprobada en el desarrollo de formatos gastronómicos o eventos de alta convocatoria y capacidad demostrable de generar conversación digital y movilización de público.

La propuesta deberá sustentar técnica y estratégicamente la selección del talento principal, evidenciando mediante indicadores verificables su capacidad de generar impacto para la actividad

##### EJECUCIÓN DEL FESTIVAL

El festival gastronómico se desarrollará durante el mes de septiembre de 2026, con una duración operativa de diez (7) días calendario dentro de dicho mes.

La planeación, coordinación y alistamiento de la estrategia deberán iniciar previamente a la ejecución operativa del festival, de acuerdo con el cronograma presentado por el oferente y aprobado por FENAVI-FONAV.

Las fechas específicas de ejecución deberán ser propuestas por el oferente y estarán sujetas a aprobación por parte de FENAVI-FONAV, en función de la planeación estratégica, la disponibilidad operativa y las condiciones logísticas del proyecto.

##### COBERTURA Y PARTICIPACIÓN

La actividad deberá ejecutarse en trescientos cincuenta (350) puntos de venta distribuidos en cinco ciudades del país: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga

La agencia será responsable de la coordinación de los establecimientos participantes, incluyendo lineamientos operativos, comunicación y articulación general de la estrategia.

##### ESTRATEGIA DE MEDIOS E INFLUENCER MARKETING

La propuesta deberá contemplar una estrategia de influencer marketing y medios digitales dividida en tres fases: expectativa, lanzamiento y cierre.

##### FASE 1 – EXPECTATIVA

La fase de expectativa tendrá como objetivo generar conversación, posicionamiento y expectativa previa al lanzamiento oficial de la actividad.

Para esta etapa, el proponente deberá contemplar como mínimo:

## TERMINOS DE REFERENCIA

FOGR06 /versión 01

Dieciocho (18) publicaciones de video de alta producción.  
Formato vertical 9:16.  
Estrategia de amplificación digital.  
Participación de influenciador o aliados estratégicos.

### **FASE 2 – GRAN LANZAMIENTO**

Para ello, el proponente deberá contemplar como mínimo:

Quince (15) publicaciones de video de alta producción.  
Estrategia de amplificación digital.  
Participación de influenciador o aliados estratégicos.

### **FASE 3 – CIERRE**

La etapa de cierre deberá enfocarse en comunicar resultados e impacto de la actividad.

Para esta fase se deberá contemplar como mínimo:

Dos (2) publicaciones de video de alta producción.  
Piezas de cierre de campaña.

### **PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL**

La agencia deberá garantizar la producción del contenido audiovisual requerido para la ejecución de la estrategia.  
Para ello deberá contar como mínimo con:

- Equipo audiovisual.
- Fotógrafos.
- Editores.
- Coordinador digital.

### **RESULTADOS ESPERADOS Y KPIs**

Como parte fundamental de la propuesta, el proponente deberá presentar indicadores medibles de desempeño e impacto a nivel digital.

Como referencia, la estrategia deberá contemplar:

- Visualización de contenido: mínimo treinta millones (30.000.000) de views.
- Alcance de campaña: mínimo siete millones (7.000.000) de personas alcanzadas.
- Engagement Rate sobre alcance: mínimo quince por ciento (15%).

### **PLATAFORMA DE ANÁLISIS Y MONITOREO DIGITAL PARA EL CUMPLIMIENTO DE KPI**

El proveedor seleccionado deberá contar con una plataforma tecnológica para la ejecución de la actividad, la cual deberá cumplir estrictamente con las siguientes capacidades de análisis y optimización:

## TERMINOS DE REFERENCIA

FOGR06 /versión 01

- **Análisis Multimodal impulsado por IA:** La tecnología debe emplear Inteligencia Artificial, Machine Learning y Procesamiento de Lenguaje Natural (NLP) para escanear y categorizar el contenido a nivel de video individual. Debe analizar de forma simultánea texto (metadatos), imágenes (frames del video), palabras clave y transcripciones de audio completas.
- **Análisis de Sentimiento y Contexto Emocional:** El sistema debe ser capaz de evaluar el sentimiento del contenido y la relación de interacción de la audiencia (engagement positivo vs. negativo) para determinar si el entorno es idóneo para los valores de la marca.
- **Seguridad e Idoneidad de Marca (Brand Suitability):** La herramienta debe permitir la exclusión en tiempo real de categorías de riesgo (violencia, lenguaje inapropiado, noticias sensibles, etc.) basándose en los estándares globales de la IAB y la GARM, con capacidad de análisis en más de 100 idiomas.
- **Filtrado Avanzado de Calidad e IA Slop:** La tecnología debe contar con algoritmos específicos para detectar y bloquear inventario de baja calidad o contenido generado automáticamente por IA que no aporte valor (AI slop), así como excluir contenido dirigido a menores de edad cuando el producto no sea apto para ese target.
- **Actualización Dinámica de Inventario:** La plataforma debe estar integrada vía API con las principales redes de video para garantizar que el análisis de idoneidad y las listas de canales disponibles se actualicen de manera continua y dinámica.
- **Modelo Híbrido (IA + Curación Humana):** Se requiere que el análisis algorítmico sea complementado con una capa de revisión humana para la creación y validación de listas de inclusión (Whitelists), garantizando una precisión que la tecnología por sí sola no puede alcanzar

## AUDITORÍAS, CERTIFICACIONES Y TRANSPARENCIA

Para garantizar la fiabilidad de la tecnología propuesta, el oferente deberá acreditar:

- **Auditoría de Rendimiento Independiente (Big Four):** La tecnología de segmentación y clasificación debe contar con una auditoría vigente realizada por una firma consultora internacional de prestigio (tipo PwC, Deloitte, EY o KPMG). Esta auditoría debe certificar métricas de mejora en la precisión y una reducción comprobable en el desperdicio de medios derivado de una mejor optimización.
- **Certificaciones de Privacidad y Seguridad Infantil:** El proveedor debe demostrar el cumplimiento de normativas internacionales de privacidad (como COPPA y GDPR) y contar con sellos de seguridad independientes, tales como el sello KidSAFE, para garantizar la protección de datos en entornos sensibles.
- **Acreditación de Socio Oficial de Medición:** El proponente debe estar certificado como socio oficial de medición y calidad en las principales plataformas de video global (ej. YouTube Measurement Program), asegurando el cumplimiento de los estándares de transparencia más exigentes de la industria.

## ECOSISTEMA DE DATOS Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS

La solución tecnológica debe integrarse con ecosistemas de terceros para robustecer la toma de decisiones:

**Data de Audiencias Predictivas (Cookieless):** La plataforma debe contar con integraciones para activar segmentos de audiencia basados en el comportamiento del contenido y no en identificadores personales, permitiendo una segmentación efectiva en un entorno libre de cookies.

**Verificación de Terceros (Pre-bid y Post-bid):** La herramienta debe permitir el cruce de datos con aliados de verificación líderes (ej. Integral Ad Science - IAS) para validar la visibilidad y seguridad de la marca antes y después de la puja publicitaria.

## GARANTÍA DE SOPORTE Y CUMPLIMIENTO

## TERMINOS DE REFERENCIA

FOGR06 /versión 01

Se exigirá al proveedor un equipo de soporte técnico y estratégico local que garantice:

- Monitoreo diario del rendimiento de las campañas.
- Capacidad de respuesta ante cambios en la coyuntura informativa para ajustes inmediatos de seguridad de marca.

### OPERACIÓN LOGÍSTICA Y COSTOS ASOCIADOS

La propuesta deberá contemplar integralmente todos los costos logísticos necesarios para la correcta ejecución de la actividad en las cinco ciudades participantes.

Dentro de los costos logísticos obligatorios, el proponente deberá incluir como mínimo:

- Alquiler de locaciones para la realización de reuniones previas y jornadas de socialización con los restaurantes participantes en las 5 ciudades mencionadas.
- Producciones de piezas de branding (sello oficial del evento entregado a los 350 restaurantes participantes).
- Hospedaje del equipo operativo, producción o talentos.
- Viáticos y desplazamientos necesarios en las cinco ciudades contempladas dentro de la actividad.
- Coordinación logística

## CAPÍTULO IV

### 4. PARTICIPANTES Y EXPERIENCIA

Podrán participar:

- Empresas legalmente constituidas
- Experiencia en:
  - Influencer marketing
  - Logística de eventos
  - Campañas masivas

Las empresas interesadas deberán acreditar experiencia específica mediante certificaciones contractuales relacionadas a lo mencionado

#### 4.1 EXPERIENCIA DEL CONTRATANTE

Como requisito habilitante, el proponente deberá demostrar la ejecución de al menos un (1) contrato por un valor igual o superior a MIL QUINIENTOS MILLONES DE PESOS COLOMBIANOS (\$1.500.000.000 COP).

El valor exigido deberá corresponder a un único contrato suscrito; por lo tanto, no se aceptará la sumatoria de varios contratos con diferentes empresas para acreditar el monto requerido.

Asimismo, en caso de presentar múltiples certificaciones de una misma empresa, estas solo serán válidas si individualmente cumplen con el valor mínimo exigido.

## CAPÍTULO V

### 5. PROPUESTA ECONÓMICA

La propuesta deberá incluir:

- Valor total del proyecto
- Desglose por componentes

## TERMINOS DE REFERENCIA

FOGR06 /versión 01

- Inclusión de todos los costos (directos e indirectos)
- Impuestos incluidos

No se aceptarán costos adicionales posteriores.

### CAPÍTULO VI

#### 6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Experiencia comprobada
- Calidad de la propuesta técnica
- Capacidad operativa
- Propuesta creativa
- Precio

### CAPÍTULO VII

#### 7. CONSIDERACIONES FINALES

- La agencia será responsable integral del proyecto
- Deberá garantizar cumplimiento total
- Deberá asumir riesgos operativos
- Deberá cumplir normativas legales

#### A. Capacidad Jurídica:

- Fenavi – Fonav revisará que los proponentes no se encuentren en causales de inhabilidad o incompatibilidad para celebrar o ejecutar el contrato, para lo cual, revisará el certificado de antecedentes disciplinarios y el certificado de antecedentes judiciales.

#### II. ASPECTOS GENERALES

##### A. Comunicaciones

Los documentos relacionados a este proceso de contratación deben hacerse por escrito, por medio físico o electrónico, a cualquiera de las siguientes direcciones:

**Correo electrónico:** [jsanchez@fenavi.org](mailto:jsanchez@fenavi.org), [lralvarez@fenavi.org](mailto:lralvarez@fenavi.org).

- Av. Calle 26 #57-41 Oficina 901 - Torre 7, Bogotá, D.C. Colombia.(Opcional)
- Se comunicará la recepción del mismo dentro de los tres (3) días siguientes al envío de la documentación.
- Los documentos y las comunicaciones enviadas por los proponentes deben ser presentadas en el idioma castellano.

##### B. Valor para el desarrollo del contrato

El valor para el desarrollo del contrato no será sugerido por la empresa contratante y debe expresarse en millones de pesos, **incluido IVA** y los pagos por costos directos e indirectos necesarios para la ejecución del contrato y todos los impuestos, gravámenes y retenciones a que haya lugar.

Las facturas que por concepto de los pagos que se deban efectuar, deberán allegarse a FENAVI-FONAV, con el cumplimiento de los requisitos legales, con la debida antelación a su pago y con el informe de actividades.

## TERMINOS DE REFERENCIA

FOGR06 /versión 01

### C. Forma de pago

La forma de pago se hará previa presentación de los informes de cada fase a satisfacción del Interventor, y de la correspondiente factura, en los tiempos que se acuerden en el contrato (**no se realizan anticipos**).

### D. Plazo y lugar de ejecución del contrato

Tiempo de ejecución es de 180 días desde el inicio del contrato, y los lugares de ejecución del contrato serán los estipulados en Cobertura Geográfica. El domicilio contractual será la ciudad de Bogotá, D.C.

### III. GARANTIAS

El contratista deberá constituir a favor de **FENAVI** una garantía consistente en Póliza única de seguro expedida por una Compañía de Seguros autorizada para funcionar en Colombia por la Superintendencia Financiera de Colombia, con los amparos de:

- a) Cumplimiento del contrato: El cumplimiento general del contrato en cuantía equivalente al veinte (20%) por ciento del valor del mismo, con una vigencia igual a la del plazo de ejecución y tres (3) meses más.
- b) De salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones laborales: Para garantizar el pago de los salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones del personal que haya de utilizarse para la ejecución de este contrato, por el valor equivalente al diez por ciento (10%) del valor del contrato y con una vigencia igual a la de este contrato y tres años más.

Estas garantías deberán constituirse a favor de **FENAVI** y presentársele una vez legalizado el contrato, junto con el recibo de caja original que demuestre el pago de las primas que por dichas expediciones se hayan causado.

Dichas garantías se adicionarán y prorrogarán cada vez que se adicione en valor o se prorrogue el plazo y en los eventos de suspensión del plazo del trabajo o por modificaciones unilaterales del mismo a costa de el contratista.

### A. Rechazo de las ofertas:

Fenavi – Fonav rechazará las ofertas presentadas por los proponentes por la siguiente razón:

- a) Después de vencido el plazo establecido de acuerdo al cronograma.
- b) Por no incluir impuestos en el precio final
- c) No incluir los certificados de experiencia mencionados anteriormente

### B. Adjudicación:

FENAVI–FONAV adjudicará el contrato e informará vía mail al ganador, adicional publicará en la página web de FENAVI [www.fenavi.org](http://www.fenavi.org) las calificaciones obtenidas.

### C. Reservas durante el proceso de evaluación:

Las partes se obligan a mantener bajo total y absoluta confidencialidad y reserva todos los datos, informaciones, procedimientos, ideas, que se comuniquen entre sí, en cualquier forma tangible o intangible, comprometiéndose a no utilizar dicha información para el beneficio directo, indirecto o por medio de terceras personas, empresa individual, entidad o compañía o país. Así mismo se obliga a buscar y mantener activo los mecanismos para evitar la divulgación de la información privilegiada

## TERMINOS DE REFERENCIA

FOGR06 /versión 01

y protegida como confidencial, entre sus empleados y contratistas que tengan o puedan llegar a tener la necesidad de conocerla o que la obtengan. Igualmente se obliga a mantener esta información con el mismo grado de cuidado que aplica a su propia información confidencial y que en ningún caso será inferior del que se espera de una persona prudente y diligente en la guarda y custodia de sus asuntos confidenciales. La obligación de mantener la confidencialidad tendrá una vigencia igual a la de este contrato y cinco (5) años más.

### IV. INTERVENTORIA

Con el fin de procurar un óptimo resultado en el cumplimiento y ejecución del contrato. FENAVI - FONAV designará como interventor al director del Programa Pollo o quien haga sus veces.

Estos términos de referencia y la solicitud de servicios, de propuesta o de cotización que de ellos se derive, tiene carácter meramente consultivo, y no constituye en ningún caso una oferta, promesa, compromiso u obligación de contratación, ni genera vínculo jurídico alguno para **FENAVI-FONAV**.

**FENAVI-FONAV** se reserva expresamente el derecho de evaluar, seleccionar o no seleccionar, de manera discrecional, privada y autónoma, al prestador de servicios que considere más idóneo, con fundamento en los criterios que determine internamente tales como experiencia, especialización, pertinencia del servicio con la industria avícola nacional y los objetivos de la entidad, así como condiciones técnicas y económicas, o de abstenerse de contratar, sin que ello dé lugar a reclamación, expectativa alguna, compensación o indemnización de ninguna naturaleza por parte de los interesados que presentaron sus cotizaciones.

La solicitud de cotización o los documentos de referencia contienen de manera íntegra y suficiente la necesidad, alcance, condiciones y características de los servicios requeridos por **FENAVI-FONAV**. En consecuencia, las propuestas que se presenten deberán ceñirse de forma estricta y exclusiva a lo aquí establecido, sin que puedan entenderse incluidos, reconocidos o exigibles servicios, actividades, obligaciones, supuestos o alcances distintos, adicionales o no previstos expresamente en este documento. Cualquier condición, alcance, actividad o servicio adicional propuesto que, modifique o altere lo previsto en la presente solicitud de cotización o términos de referencia, incluido cualquier aparte general de su contenido, no será considerado ni generará obligación alguna para **FENAVI-FONAV**, salvo que exista aceptación previa, expresa y escrita por parte de esta.

Así mismo, la presente solicitud de servicios, la información que en ella se contenga, así como aquella que se conozca o se derive del análisis del caso, tiene carácter estrictamente confidencial y se encuentra destinada exclusivamente a su destinatario. Dicha información no podrá ser divulgada, reproducida, compartida ni puesta a disposición de terceros, total o parcialmente, sin la autorización previa, expresa y escrita de **FENAVI-FONAV**. La información suministrada se encuentra protegida por los principios de reserva profesional y confidencialidad, y su uso deberá limitarse de manera exclusiva a la preparación y presentación de la propuesta solicitada, quedando prohibida cualquier utilización distinta.

### V. CRONOGRAMA

ACTIVIDAD	FECHA	LUGAR
Publicación de los términos de referencia	12 de mayo de 2026	Email
Envío de la propuesta	Hasta el 22 de mayo de 2026 – 11:00 a.m.	Email



**LUIS RODOLFO ALVAREZ**  
Director Programa Pollo  
FENAVI - FONAV