





# INFORME DE GESTIÓN 2025

EJECUCIÓN AÑO 2025



# ALINEADOS

## A LA POLÍTICA PÚBLICA DEL DISTRITO





# ALINEADOS PLAN DE DESARROLLO DISTRITAL

“CARTAGENA CIUDAD DE DERECHOS 2024 - 2027”



IMPACTAMOS DIRECTAMENTE EN LA

## LÍNEA ESTRATÉGICA 5

### DESARROLLO ECONÓMICO EQUITATIVO

DENTRO DEL

COMPONENTE IMPULSOR DE AVANCE: TURISMO SOSTENIBLE Y RESPONSABLE



Boletín de seguimiento con corte a Noviembre de la Secretaría de Planeación:  
**¡SOMOS EL PROGRAMA CON MEJOR DESEMPEÑO EN LA LÍNEA ESTRATÉGICA DE DESARROLLO ECONÓMICO!**



IMPULSANDO EL



## PROGRAMA: PROMOCIÓN TURÍSTICA

POR MEDIO DE LAS SIGUIENTES METAS:

META : 1

**3**  Eventos de ciudad implementados

META : 1

**2**  Productos turísticos desarrollados

META : 15

**24** Participaciones en eventos especializados.

META : 1

**0\***  Desarrollar campañas de divulgación para la promoción y conectividad.

\*SE REALIZARON +48 ACCIONES DE PROMOCIÓN.



**20  
25**



# ACCIÓNES DE PROMOCION

INFORME DE GESTIÓN



# ACCIONES DE PROMOCIÓN 2025



CAMPAÑA AEROLINEAS



CAMPAÑAS DIGITALES



PLAN DE MEDIOS



CAPACITACIONES / WEBINARS DE DESTINO



VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN EN DESTINO (FAM/PRESS)





# ACCIONES DE PROMOCIÓN 2025 FAMTRIPS, PRESSTRIPS, CAPACITACIONES Y CAMPAÑAS



-  Honduras
-  Costa Rica
-  Panamá
-  Medellín
-  Bogotá
-  Cali
-  Eje Cafetero
-  Santanderes
-  Barranquilla

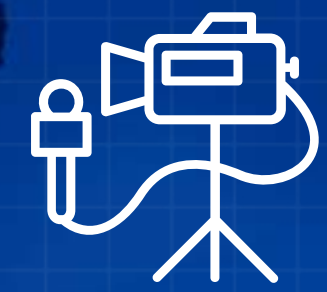
-  Canadá
-  USA
-  España
-  México
-  Rep. Dominicana
-  Brasil
-  Ecuador
-  Perú
-  Chile

## FAMTRIPS

**18** NACIONALES 4  
INTERNACIONALES 14

## PRESSTRIPS

**6** NACIONALES 3  
INTERNACIONALES 3



## 7 CAPACITACIONES DE DESTINO / WEBINARS

MERCADOS IMPACTADOS:



# CONSOLIDADO DE ACCIONES



## FAM TRIPS

- ✓ Site inspección delegadas SATW (society of American Travel Writers).
- ✓ Fam Trip de agentes de viajes de Ecuador para Royal Caribbean.
- ✓ Convención mayorista peruana VIDATUR.
- ✓ Fam Trip Despegar y HotelDO.
- ✓ Fam Trip programa delfín.
- ✓ Visita de inspección comité ejecutivo FCCA líneas de cruceros.
- ✓ Fam Trip Aeroméxico Vacations.
- ✓ Fam Trip de romance - Hotel Dreams Karibana (HYATT).
- ✓ Fam Trip de Embarque de CrucerosY.
- ✓ Fam Trip Turismo Deportivo (RETO MOVISTAR).
- ✓ Visita de Inspección de BRAZOTA.
- ✓ Fam Trip internacional.
- ✓ Fam Trip - Agentes de viajes Rep. Dominicana y Costa Rica.
- ✓ Fam Trip RCCL - Turismo marino costero/MICE.
- ✓ Fam Trip Turismo Gastronómico.
- ✓ Vista de ejecutivos de RCCL - Potencializar segmento, Marino costero en temas de embarque de cruceros.
- ✓ Fam Trip de turismo de Romance.



## ACCIONES DE PROMOCIÓN COMPLEMENTARIAS

- ✓ Rueda de prensa Royal Caribbean - Marino Costero.
- ✓ Consolidación del Turismo Responsable.
- ✓ Participación stand de Cartagena en el marco de FICCI.
- ✓ Charla bienvenida estudiantes internacionales programa delfín.
- ✓ Misión comercial de Santa Marta en Cartagena.
- ✓ Vuelo inaugural ciudad de México-Cartagena con la aerolínea Aeroméxico.
- ✓ Conmemoración del día del turismo responsable.
- ✓ Reunión preoperativa Wedding Dreams & Wedding Forums Cartagena 2025.
- ✓ Jornada de reconocimiento de la oferta turística de Cartagena de Indias.
- ✓ Rueda de negocios signature experiences by Royal Caribbean.
- ✓ Aniversario 45° operaciones de Copa Airlines en Cartagena de Indias.
- ✓ Participación en los WORLD TRAVEL AWARDS.
- ✓ Participación en dos eventos con stand de Cartagena de Indias.
- ✓ Fidelización de experiencias – Cuponera.
- ✓ Activación OTA despegar Fiestas de Noviembre
- ✓ Turismo cultural.
- ✓ Anuncio nuevas rutas Air Canada a Cartagena de Indias.



## CAPACITACIONES DE DESTINO / WEBINARS

- ✓ Capacitación destino Cartagena de Indias Oficinas Comerciales ProColombia en Chile e Italia.
- ✓ Capacitación destino Cartagena de Indias Mayorista Cocha (Impacto mercado chileno).
- ✓ Capacitación destino Cartagena de Indias equipo de ventas Dreams Karibana USA (Impacto mercado estadounidenses).
- ✓ Webinar destino Cartagena de Indias (impacto mercados Rep. Dominicana, Costa Rica, México, Perú, Ecuador).
- ✓ Capacitación Águila para Tour Operadores.
- ✓ Presentación de destino Cartagena a grupo de agentes de viajes de México.
- ✓ Presentación estrategia de mercadeo de destino Cartagena.



## PRESS TRIPS

- ✓ Press Trip Congreso Editores de Medios.
- ✓ Press Trip medio de comunicación especializado de México.
- ✓ Press Trip "Nature Tourism Cartagena 2025".
- ✓ Press Trip Nacional.
- ✓ Press Trip nacional de impulso de turismo cultural.
- ✓ Press Trip turismo gastronómico.



**PLUSULTRA**  
LINEAS AEREAS

**DESARROLLO DE  
CAMPANA DIGITAL**

**183** VENTAS  
TOTALES

ALCANCE



**3.035.593**  
VECES FUE MOSTRADA  
CARTAGENA EN LA CAMPANA

**16.863** CLICS EN LA  
CAMPANA



**Expedia**

**DESARROLLO DE  
CAMPANA DIGITAL 12MIL PAX**

ALCANCE **1.173.677** **4** DURANTE  
MESES



VECES FUE MOSTRADA  
CARTAGENA EN LA CAMPANA  
MERCADOS NORTEAMERICANOS

**15MIL** NOCHES **HOTEL**

**edelweiss** **30**

**DESARROLLO DE  
CAMPANA DIGITAL**

ALCANCE **2 MILL** **4** DURANTE  
MESES



VECES FUE MOSTRADA CARTAGENA  
EN LA CAMPANA

PARA ESTIMULAR  
LA DEMANDA.  
200-300 CONVERSIONES

**despegar**

**DESARROLLO DE  
CAMPANA DIGITAL**

INGRESOS DE  
**+4,5 MILL USD**  
APROX. AL DESTINO

MERCADOS: **+128** VECES LA INVERSIÓN  
REALIZADA



**+64,4 MIL** PERSONAS ÚNICAS  
COMPRARON.

**+66,0 MIL** NOCHES  
VENDIDAS





# IMPACTO EN MEDIOS



# +1200 NOTAS DE PRENSA

(free Press) en medios locales, regionales, nacionales e internacionales. \*

# +32 MIL MILLONES de valoración estimada en Free Press



**20  
25**



# **PARTICIPACIÓN EN EVENTOS ESPECIALIZADOS**

**INFORME DE GESTIÓN**



# ACCIONES DE PROMOCIÓN 2025 ESPECIALIZADOS: MISIONES FERIAS WORKSHOPS



## FERIAS / WORKSHOPS

**21** NACIONALES 3  
INTERNACIONALES 18

**3** MISIONES COMERCIALES

**24** PARTICIPACIÓN EN EVENTOS ESPECIALIZADOS

PÚBLICO IMPACTADO:

**+17 MIL** EMPRESARIOS



# PARTICIPACIÓN EN EVENTOS ESPECIALIZADOS

		<b>FITUR</b>			<b>Caravana Promoción Internacional de Cartagena de Indias en México</b>
		<b>Misión México</b>			<b>Caravana Promoción Internacional de Cartagena de Indias en Ecuador</b>
		<b>VITRINA TURISTICA ANATO</b>			<b>Misión Comercial de Cartagena de Indias en Rep. Dominicana</b>
		<b>WTM Latinoamérica</b>			<b>Caravana de Promoción Turística del Gremio Hotelero ASOTELCA</b>
		<b>Workshop USA Colombia Business Forum</b>			<b>FIT Argentina</b>
		<b>Workshop Argentina, Paraguay, Uruguay</b>			<b>Misión Comercial de Cartagena de Indias en Costa Rica</b>
		<b>Workshop de Colombia en Europa</b>			<b>Caravana Promoción Internacional de Cartagena de Indias en Chile</b>
		<b>casar.com 2025</b>			<b>Caravana Promoción Internacional de Cartagena de Indias en Colombia</b>
		<b>Routes Americas</b>			<b>Colombia Travel Expo</b>
		<b>Roadshow de Colombia en Ecuador</b>			<b>Participación de Cartagena – FCCA 2025</b>
		<b>AIR SERVICE WORLD 2025</b>			<b>Caravana Promoción Internacional de Cartagena de Indias en Perú</b>
		<b>Caravana Promoción Nacional (Medellín, Cali, Bucaramanga y Bogotá D.C)</b>			<b>Caravana Promoción Internacional de Cartagena de Indias en Colombia</b>
		<b>Participación SEATRADE 2025</b>			<b>USTOA Annual Conference &amp; Marketplace</b>



**20  
25**



**DESARROLLO  
DE PRODUCTOS**

**INFORME DE GESTIÓN**



# SEGMENTOS TURISMO CARTAGENA

RELIGIOSO

A religious statue of a woman in a blue and white robe, standing in front of a large church dome.

GASTRONÓMICO

A plate of food, including a large piece of meat and a drink, with a small flag of Cartagena on the table.

DEPORTIVO

A runner in a blue shirt and shorts, carrying a flag of Cartagena, participating in a marathon.

ROMANCE

A bride in a white dress and a groom in a white tuxedo, walking together outdoors.

CULTURAL

People wearing colorful, traditional costumes, including a large green and yellow mask.

MARINO COSTERO (Sol y Playa)

A woman in a black bikini looking out from the back of a boat towards the sea.

CRUCEROS

A large cruise ship sailing on the water, with a cityscape in the background.

MICE

A modern building with a grid-like facade, situated on the water's edge.



# TURISMO DEPORTIVO

# +12 MIL

## ATLETAS Y PARTICIPANTES IMPACTADOS

# +55

 aliados estratégicos vinculados en la cuponera

# 7

 EVENTOS DEPORTIVOS

# +94

 POSITIVO DEPORTIVO

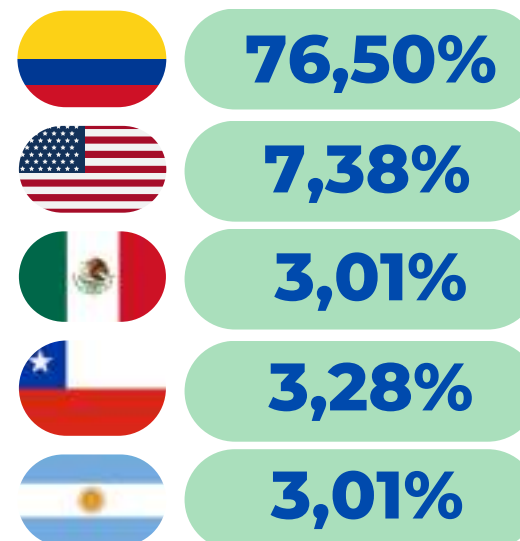
✓ DEPORTES DESTACADOS

MEDIA MARATÓN DEL MAR / CARRERAS DE IMPACTO LOCAL

IRONMAN 51.50 - 70.3

Golf, Kangoo, Padel Beisbol, Futbol, Padel board, Voleibol, Ciclismo

### DISTRIBUCIÓN POR MERCADO DE ORIGEN

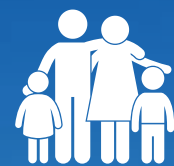


Fuente: Mabrian, Corpoturismo



## PERFIL DEL VIAJERO DEPORTIVO

VIAJAN CON:



FAMILIA, EQUIPOS Y ENTRENADORES

## 2-4 NOCHES

PERNOCTACIÓN PROMEDIO



ALTO CONSUMO EN:  
Hoteles, Restaurantes, Transporte y Comercio



CONCENTRADO EN ADULTOS:

# 39,71%

 35 - 44 EDAD



# TURISMO ROMANCE



## \$20MIL & 70MIL US

### IMPACTO ECONÓMICO POR EVENTO

## PRODUCTOS

LUNA DE MIEL

ANIVERSARIOS

DESPEDIDA DE SOLTERAS

BODAS

PRE Y POST



## COMPORTAMIENTO DE VIAJERO

### 3-5 DÍAS

EXPERIENCIAS DE LUJO Y EXCLUSIVIDAD

### EVENTO CLAVE: WEDDING DREAMS , WEDDING FORUM

ruedas de negocios, presstrip y eventos de talla mundial, renovación de votos



## LAS BODAS SON

INTERNACIONALES

# 88.9%

11%

NACIONALES

## LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

de clientes internacionales son Estados Unidos, Canadá, Europa y algunos países de Latinoamérica, como México y Chile.



Los principales mercados nacionales son **Medellín, Bogotá y Cartagena**



## RECONOCIMIENTO INTERNACIONAL

7ª vez WTA destino líder de luna de miel 2025

ALIADO ESTRATÉGICO :





# TURISMO RELIGIOSO



## INDICADORES CLAVE – TURISMO DE FE 2025



**+45.000** asistentes movilizados

**6** EVENTOS ESTRATÉGICOS ACTIVADOS  
Material de fidelización Turismo religioso.

**15** EN TOTAL  
CALENDARIO CONSOLIDADO DE EVENTOS

**\$212** MILLONES COP en impacto económico

1 nuevo producto internacional.  
(CÁDIZ-CARTAGENA)

RECONOCIMIENTO: **(Fitur)** Red Mundial Turismo Religioso

ALIADO ESTRATÉGICO:

**4 PRODUCTOS CLAVES IDENTIFICADOS**

CIRCUITO RELIGIOSO



**11 TEMPLOS**

HOTELERÍA IDENTIFICADA

SEMANA SANTA 2025  
Cartagena de Indias

Virgen del Carmen  
LUZ QUE GUÍA  
NUESTROS CORAZONES

TURISMO DEPORTIVO Y CIRCUITOS

NÁUTICO Y CULTURAL



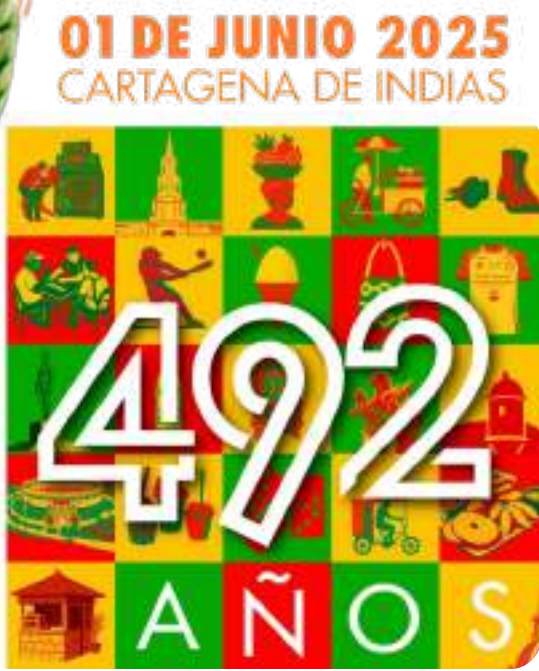


# TURISMO CULTURAL

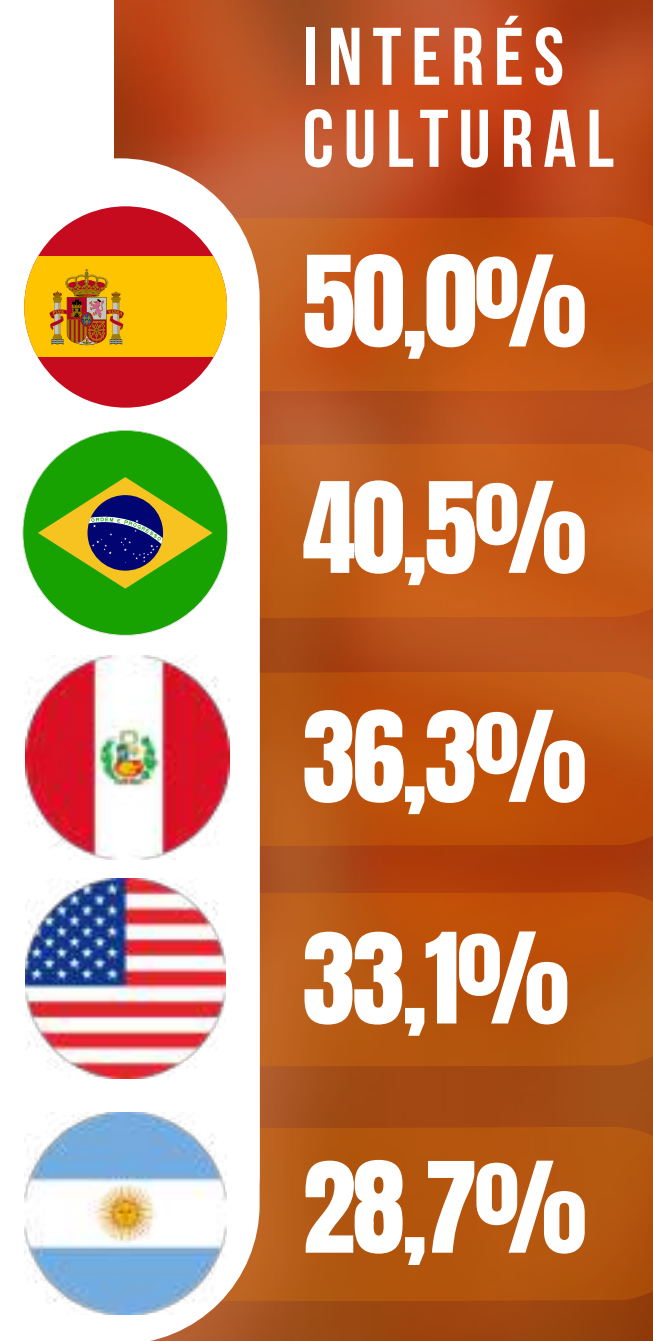
## FESTIVALES



## AGENDA INSTITUCIONAL



ALIADO ESTRATÉGICO :   INSTITUTO DE PATRIMONIO Y CULTURA DE CARTAGENA DE INDIAS





# TURISMO CRUCEROS

## ESTRATEGIA



POSICIONARNOS COMO PUERTO DE EMBARQUE DEL CARIBE



MÁS CRUCEROS PERNOCTANDO EN EL DESTINO



### ROYAL CARIBBEAN

RUEDA DE NEGOCIOS, PRESSTRIP, FERIA ESPECIALIZADAS

## GASTO DEL PASAJERO EN ESCALA

PASAJERO  
**112,38 USD**  
HOME PORT  
**279,92 USD**

**78%** COMPRARON EXCURSIONES EN TIERRA.

**71%** DEL GASTO SE CONCENTRA EN:  
• Excursiones en tierra  
• Relojes y joyería



ALIADO ESTRATÉGICO:



## PERFIL DEL VISITANTE

VIAJAN CON: \_\_\_\_\_



FAMILIA, RUPOS Y PAREJA

**4,7 HORAS**  
TIEMPO PROMEDIO EN TIERRA

ALTO CONSUMO EN:  
Tours culturales, Gastronomía, Compras, Transporte turístico



CONCENTRADO EN ADULTOS:  
25 - 64 EDAD **50%**

**63%** **10%**

**8%** **15%**



# GASTRONÓMICO

“EL VIAJERO GASTRONÓMICO BUSCA EXPERIENCIAS ACCESIBLES Y COTIDIANAS, NO SOLO ALTA COCINA.”

SEGMENTO PRINCIPAL 35-44 AÑOS

**41,71%** CONCENTRADO EN EL TURISMO GASTRONÓMICO

✓ posicionándose como el público clave del producto.

## PRODUCTOS

CATAS

BARES

BRUNCH

COOKING CLASS

ALTA COCINA

ROOFTOPS

MARIDAJES

STREET FOOD

## FESTIVALES



## ACCIONES 2025

**11.710** PLATOS VENDIDOS

**327%** CRECIMIENTO

**+12 MIL** EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS VENDIDAS

RECONOCIMIENTO DE LA POSTA CARTAGENERA SE BASA EN SER UN PLATO ICÓNICO Y EMBLEMÁTICO DE CARTAGENA

### RECONOCIMIENTOS INTERNACIONALES

LATIN AMERICA'S  
**50**  
BEST RESTAURANTS™

- CELELE
- CARMEN CARTAGENA
- ALQUÍMICO

### LATIN AMERICA'S 50 BEST BARS

- THE WORLD'S 50 BEST BARS
- EL BARÓN

ESTRUCTURACIÓN DE PROYECTO DE FONTUR DE GASTRONOMÍA

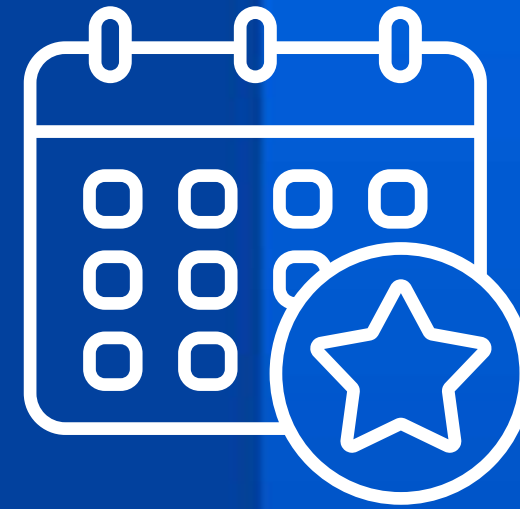


ALIADO ESTRATÉGICO :





**20  
25**



# **IMPLEMENTAR EVENTOS DE CIUDAD**

**INFORME DE GESTIÓN**



# PROMOCIÓN Y MERCADEO

## Eventos Especializados en Turismo



### FESTIVAL DE MÚSICA CLÁSICA

- Asistencia: 14,000 personas durante los nueve días de programación.
- Conciertos: 23 presentaciones, la mayoría con boletería agotada.

### ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

PUBLICIDAD DIGITAL

EL ESPECTADOR EL TIEMPO  
EL PAÍS EL UNIVERSAL

IMPACTO  
**610.000**  
Veces vieron las publicaciones

CUÑAS RADIALES



IMPACTO  
**1.777.700**  
Veces vieron las publicaciones

COMERCIAL TV



IMPACTO  
**22.581.516**  
Veces vieron las publicaciones

MEDIOS DIGITALES



IMPACTO  
**2.070.105**  
Veces vieron las publicaciones

### MERCADOS CON MAYOR INTERÉS





## IMPACTO TOTAL LANZAMIENTOS

# +3,300

## ASISTENTES A LOS LANZAMIENTOS

# 81.584.934

NO. DE VECES QUE FUE MOSTRADA LA  
ESTRATEGIA DE FIESTAS EN MEDIOS DIGITALES.

# \$ 3.598.419.483

VALORACION ESTIMADA IMPACTO MEDIOS

Radio, Prensa, Televisión, Portales digitales

### PUBLICACIONES EN MEDIOS DE COMUNICACION

Del 01 al 29 de agosto 2025

## IMPACTO EN MEDIOS

### TOP 5 DE MEDIOS



EL TIEMPO

Semana

## FIESTAS DE INDEPENDENCIA

7 AL 17 DE NOVIEMBRE DE 2025

LLEGARÓN

**+113,374** **+ Aumento del 7,1%**  
VISITANTES

**80,4%**  
NACIONALES

**19,6%**  
INTERNACIONALES



**IMPACTO ECONOMICO**  
**\$235,756 MILLONES**

Fuente: OINAC, Camara de Comercio Cartagena

## PERFIL DEL VISITANTE



PAREJAS

**43,3%**



FAMILIA

**21,1%**



SOLO

**19,1%**

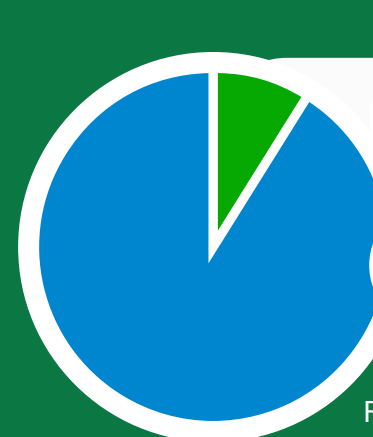


GRUPO DE AMIGOS

**16,5%**

**3** NOCHES  
estancia  
media

**84** DÍAS  
antelación  
de reserva



**81,4%** OCIO



**10%** TRABAJO

FUENTE: Datos MABRIAM (Corte del 7 - 11 - 2025 al 17 - 11 - 2025).



# INFORME DE GESTIÓN 2026

EJECUCIÓN 15 FEBRERO 2026



# SEGUIMIENTO PLAN DE DESARROLLO CARTAGENA CIUDAD DE DERECHOS 2024-2027



Programa	Indicador de producto (2024-2027)	Meta Programada 2026**	Producto	% Avance
Promoción Turística	Desarrollar cuatro (4) campañas de divulgación para la promoción y conectividad.	1	0	0%
	Participar en sesenta (60) eventos especializados.	15	1	0%
	Desarrollar cuatro (4) productos turísticos.	1	0	0%
	Implementar cinco (5) eventos de ciudad	2	0	0%

## 02 ACCIONES DE PROMOCIÓN

Si bien no tenemos convenio suscrito en 2026, se han realizado acciones de promoción conforme a los lineamientos propios de la corporación, durante el periodo de evaluación.





# RUTA ECOTURÍSTICA Y COMUNITARIA LA BOQUILLA



# 3

## EMPRESARIOS LOCALES VINCULADOS

Fortaleciendo el turismo comunitario en La Boquilla.

Fortalecimiento del trabajo local, promover un modelo de turismo sostenible generando desarrollo en el territorio.

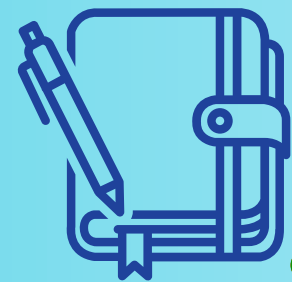


ALIADO PRINCIPAL

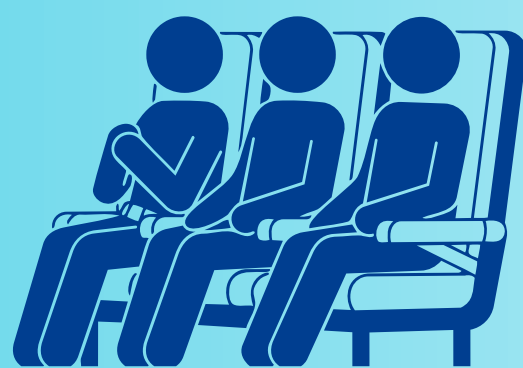
Fundación PROBOQUILLA



# ¿NO SABES Que hacer en CARTAGENA?



# RECALADA INAUGURAL NORWEGIAN ESCAPE



**+11 MIL** CAPACIDAD DE PASAJEROS

EN 2 RECALADAS PROGRAMADAS EN LA TEMPORADA 2025-2026

IMPACTO ECONOMICO APROXIMADO

**\$1,292,019 USD**



# SEGUIMIENTO PLAN DE DESARROLLO CARTAGENA CIUDAD DE DERECHOS 2024-2027



Programa	Indicador de producto (2024-2027)	Meta Programada 2026**	Producto	% Avance
Promoción Turística	Desarrollar cuatro (4) campañas de divulgación para la promoción y conectividad.	1	0	0%
	Participar en sesenta (60) eventos especializados.	15	1	0%
	Desarrollar cuatro (4) productos turísticos.	1	0	0%
	Implementar cinco (5) eventos de ciudad	2	0	0%





# GRANDES NOTICIAS PARA CARTAGENA DESDE FITUR 2026



**+40** SOSTUVIMOS  
ENCUENTROS CON  
PROFESIONALES  
DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA GLOBAL

Fortalecimos nuestro conocimiento en FITUR Experiences, liderado por VIATOR, UNA MIRADA GLOBAL DE LA CONEXIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL DESTINO CON LOS VIAJEROS.



PARTICIPAMOS EN EL ENCUENTRO EMPRESARIAL **ESPAÑA-COLOMBIA,** presentando ante inversionistas españoles las oportunidades del Caribe colombiano y FORTALECIENDO ALIANZAS ESTRATÉGICAS PARA EL DESARROLLO Y LA COMPETITIVIDAD DEL DESTINO.



**RENOVAMOS**  
NUESTRA ADHESIÓN A LA RED DE  
**TURISMO RELIGIOSO,**  
impulsando acciones para los mercados latinoamericano y europeo.



Impulsamos a AmaWaterways en la promoción de la experiencia del crucero por el río Magdalena  
**DESDE CARTAGENA, PROYECTANDO LA TEMPORADA 2026-2027**



PARTICIPAMOS POR PRIMERA VEZ  
**EN FITUR SPORTS,**  
identificando oportunidades y el impacto del turismo deportivo para la ciudad.



Tripadvisor  
Travelers'  
Choice Awards  
Best of the Best



TRIPADVISOR ELIGE A CARTAGENA DE INDIAS COMO EL 4º MEJOR DESTINO DE SUDAMÉRICA EN LOS PREMIOS  
**"BEST OF THE BEST 2026"**



# SEGUIMIENTO PLAN DE DESARROLLO CARTAGENA CIUDAD DE DERECHOS 2024-2027



Programa	Indicador de producto (2024-2027)	Meta Programada 2026**	Producto	% Avance
Promoción Turística	Desarrollar cuatro (4) campañas de divulgación para la promoción y conectividad.	1	0	0%
	Participar en sesenta (60) eventos especializados.	15	1	6,7%
	Desarrollar cuatro (4) productos turísticos.	1	0	0%
	Implementar cinco (5) eventos de ciudad	2	0	0%





DESTINO  
**RELIGIOSO**

CARTAGENA DE INDIAS





# TURISMO RELIGIOSO

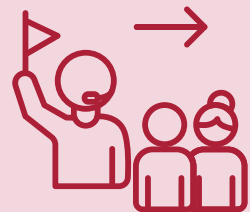
## FIESTAS DE LA VIRGEN DE LA CANDELARIA

RUTA PATRIMONIAL  
"EL CAMINO A LA POPA"



# 14

ESTACIONES LLENAS DE  
HISTORIA, FE, CULTURA Y  
TRADICIÓN



PERSONAS  
POR  
RECORRIDO

# + 150



# + 5

RUTAS REALIZADAS  
EN EN ESTAS FIESTAS  
DE LA VIRGEN DE LA  
CANDELARIA.





DESTINO  
**CULTURAL Y  
GASTRONOMICO**

CARTAGENA DE INDIAS





# TURISMO CULTURAL Y GASTRONOMICO CANAL GOURMET



## SCOUTING EN CARTAGENA

PRODUCCIÓN DE CAPÍTULOS DEDICADOS A GASTRONOMÍA, EN COCINA TRADICIONAL Y LA ALTA COCINA



**Enfoque:** Gastronomía, cultura e identidad del destino

### APOYO INSTITUCIONAL

- Scouting (Preproducción) – En ejecución
- Articulación con aliados gastronómicos
- Rodaje
- Acompañamiento institucional durante el rodaje





# LO QUE SE VIENE PARA

# 2026




**FERIAS INTERNACIONALES**

18 2025

**20** 2026

Variación **22%**

\* De las 20 ferias 2 son nuevas

Mercados nuevos



\* Top Resá (Francia)

\* TTG Rimini (Italia)



**FERIAS NACIONALES**

03 2025

**3** 2026

Variación **0%**



**PRESSTRIP FAMTRIP**

16 2025

**19** 2026

Variación **19%**

**+3** MERCADOS NUEVOS

Variación **25%**

Mercados nuevos




**MISIONES**

03 2025

**5** 2026

Variación **67%**

**+1** MERCADOS NUEVOS

Variación **33%**

Mercados nuevos



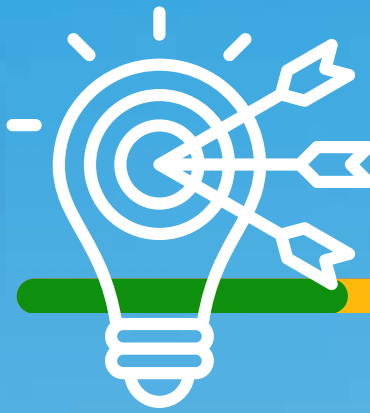

**CARAVANAS WORKSHOP**

10 2025

**11** 2026

Variación **10%**





# APUESTA DIGITAL B2C



## 3 CAMPAÑAS DIGITALES

NORTE AMERICA, EUROPA Y SUR AMERICA



PLAN DE MEDIOS Y REDES NACIONAL - INTERNACIONAL

## CAMPAÑAS AEROLINEAS



world2fly



VIVA<sup>9</sup>



**MUCHAS  
GRACIAS**