





INFORME DE GESTIÓN 2026

16 DE FEBRERO A 15
DE MAYO 2026



ALINEADOS

A LA POLÍTICA PUBLICA DEL DISTRITO

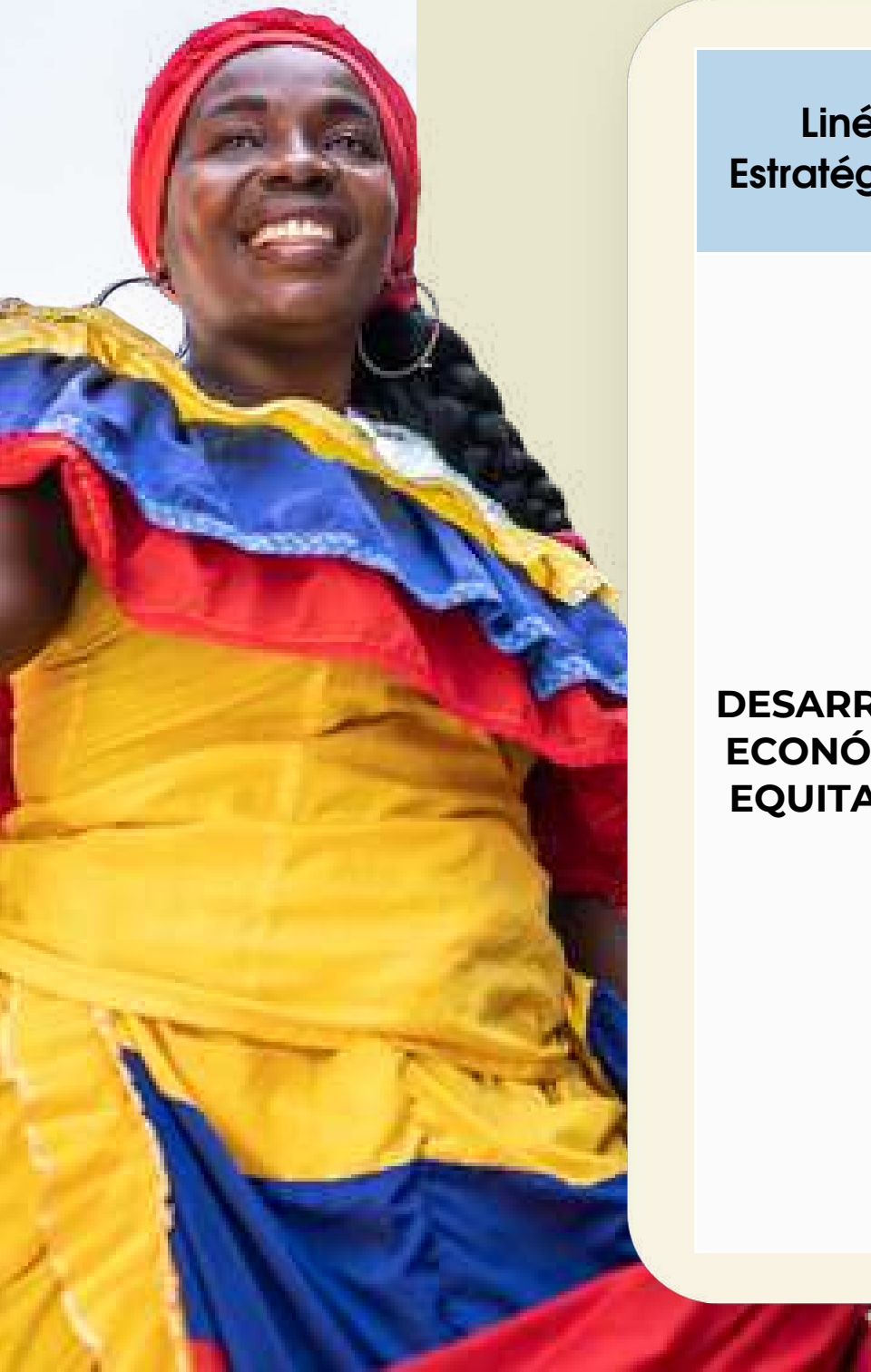




ALINEADOS PLAN DE DESARROLLO DISTRITAL



“CARTAGENA CIUDAD DE DERECHOS 2024 - 2027”



Linéa Estratégica 5	Componente impulsor de avance	Programa	Indicador de producto (2024-2027)	Meta Programada 2026	Avance (1er Trimestre)	Avance (16 Feb - 15 May)	Avance Acumulado 2026
DESARROLLO ECONÓMICO EQUITATIVO	Turismo Sostenible y Responsable	Promoción Turística	Desarrollar cuatro (4) campañas de divulgación para la promoción y conectividad.	1	0	0	0
			Participar en sesenta (60) eventos especializados.	15	6	6	8
			Desarrollar cuatro (4) productos turísticos.	1	0	0	0
			Implementar cinco (5) eventos de ciudad	2	0	0	0



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	8	53%
	Desarrollar cuatro (4) productos turísticos.	1	0	0%
	Implementar cinco (5) eventos de ciudad	2	0	0%

04 ACCIONES DE PROMOCIÓN

Si bien, en la presente vigencia no se ha suscrito convenio con el Distrito, a continuación se describen acciones desarrolladas por la entidad con recursos propios.



CAPACITACIÓN DESTINO CARTAGENA - TERRA MAYORISTA:



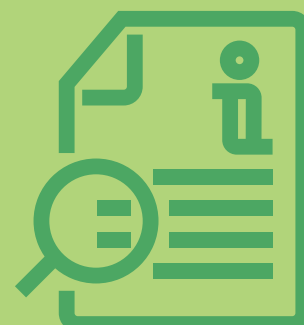
+100

**OBJETIVO
PRINCIPAL**

**AGENCIAS DE
VIAJE MAYORISTAS**



Agenda de ciudad y experiencias en destino con enfoque cultural, sol/playa, náutico, religioso, deportivo.



Brindarles información actualizada y herramientas de venta que les permitan promocionar mejor el destino de Cartagena.



PRESS TRIP SATW CANADIAN CHAPTER



+30

Participantes entre
periodistas y generadores
de opinión de Estados
Unidos y Canadá.

IMPACTO A MEDIOS ESPECIALIZADOS COMO





Vivieron una agenda en
destino enfocada en
experiencias culturales,
gastronómicas, náuticas.



MERCADO IMPACTADO





FORTALECIMIENTO DESTINO CARTAGENA - COLABORADORES GHL CORALES DE INDIAS

+30



Colaboradores
de diferentes
áreas del hotel



“CARTAGENA: DESTINO
TURÍSTICO Y CULTURAL
DE COLOMBIA”



INICIATIVA

CORALES
DE INDIAS



MERCADO
IMPACTADO



CORPO
TURISMO
CARTAGENA DE INDIAS





FAM TRIP INTERNACIONAL TURISMO CRUCERO Y MICE



Posicionamiento de Cartagena de Indias como destino preferente para el segmento MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions)

+66

AGENTES ESPECIALIZADOS EN LA INDUSTRIA DE REUNIONES Y CRUCEROS DE AMERICA LATINA

+18

Profesionales provenientes de México.



+48

representante s de Panamá



Perfil: travel managers, meeting planners, agencias de viajes y comercializadores de cruceros



SEGUIMIENTO PLAN DE DESARROLLO CARTAGENA CIUDAD DE DERECHOS 2024-2027



06

EVENTOS ESPECIALIZADOS EN 2026 EN EL PERIODO DE INFORME

Si bien, en la presente vigencia no se ha suscrito convenio con el Distrito, a continuación se describen en detalle las 6 acciones, desarrolladas en el periodo, del total de 08 realizadas en lo corrido del año.

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	8	53%
	Desarrollar cuatro (4) productos turísticos.	1	0	0%
	Implementar cinco (5) eventos de ciudad	2	0	0%

CARTAGENA
desde siempre

UN REFERENTE PARA EL TURISMO NACIONAL

BALANCE DE UNA GESTIÓN HISTÓRICA
PARA EL TURISMO DE NUESTRA CIUDAD

LANZAMIENTO NACIONAL
DE LA MARCA CIUDAD

CARTAGENA
desde siempre

SOCIALIZADA CON LOS ACTORES
MÁS INFLUYENTES, EMPRESARIOS
Y PRENSA NACIONAL

\$40.000
MILLONES COP

EN EXPECTATIVAS DE NEGOCIOS (6-12 MESES).

3MIL CITAS LOGRADAS POR NUESTRA
DELEGACIÓN DE 60 EMPRESARIOS.

10MIL
VISITAS A
NUESTRO STAND

+40 CITAS CON ALIADOS ESTRATÉGICOS Y
PROFESIONALES INTERNACIONALES.

177 GREMIOS
REPRESENTARON LO MEJOR
DE NUESTRA OFERTA.

EMPRESAS

4 RUTAS COMUNITARIAS (LA BOQUILLA,
ARARCA, SANTA ANA Y PUNTA ARENA).

+1.500 PERSONAS
IMPACTADAS EN VIVO

21 ACTIVACIONES CULTURALES Y
GASTRONÓMICAS CON
72 ARTISTAS Y EMPRESARIOS

ENCUENTROS CLAVE CON JETSMART, WORLD 2 FLY, DESPEGAR Y EL VICEMINISTERIO DE TURISMO.

08 REUNIONES CON MAYORISTAS DE 7 PAÍSES (EE. UU., CANADÁ, ESPAÑA Y MÁS).

EL2026 ES EL AÑO DE LA CONSOLIDACIÓN.

6 SEGMENTOS TURÍSTICOS FORTALECIDOS

 GRACIAS AL ÉXITO DE SU OPERACIÓ



CARTAGENA CONTINÚA COMO PUERTO DE EMBARQUE CONTINUO DE CRUCEROS DE ROYAL CARIBBEAN HASTA EL 2027,

EN TURISMO RELIGIOSO: LANZAMIENTO OFICIAL DE LA IMAGEN Y AGENDA DE SEMANA SANTA

que integra la fe, la cultura y la gastronomía

 ABRIMOS INSCRIPCIONES PARA CORRE Y ANUNCIA TU FE Y EL FESTIVAL FEMUSICA.

JUNTO A IDER, DESDE TURISMO DEPORTIVO PROMOCIONAMOS

EVENTOS DE TALLA MUNDIAL COMO

EL IRONMAN, EL OPEN LATINO Y EL GRAN FÓNDO NAIRO FEST.

Cartagena destino de turismo deportivo

GRACIAS AL IPCC PRESENTAMOS LA AGENDA

DE LAS FIESTAS DE INDEPENDENCIA DEL

11 DE NOVIEMBRE

con la presencia de la Reina de Independencia, los Grandes Lanceros y un despliegue de actores festivos.



- **ROBUSTECER SU CONECTIVIDAD AÉREA CON EL MUNDO**
- **DESARROLLO DE RUTAS AÉREAS**



Catalogado como el principal evento en materia de conectividad aérea de la región

**PARTICIPACIÓN CONJUNTA CON AEROPUERTO CTG
BAJO LA ESTRATEGIA
“CARTAGENA MÁS CONECTADA”**

**+15**

**+15**

**REUNIONES ESTRATÉGICAS
CON CON AEROLÍNEAS
INTERNACIONALES**

**REUNIONES ESTRATÉGICAS
CON PROFESIONALES DE
LA INDUSTRIA**

MERCADOS IMPACTADOS



 **PARTICIPACIÓN ITB
(BERLIN) 2026**



**PUNTO DE ENCUENTRO
INTERNACIONAL DEL SECTOR
TURISMO**



OBJETIVO GENERAL

definir nuevas líneas de trabajo,
estrategias y alianzas empresariales
que dinamicen la actividad turística



+50



+15

**CITAS DE NEGOCIO CON
EMPRESARIOS
INTERNACIONALES**

**REUNIONES ESTRATÉGICAS
CON PROFESIONALES DE
LA INDUSTRIA**





MISIÓN DE AGENDA TURISMO RELIGIOSO – GUATEMALA



MISIÓN INTERNACIONAL A LA ANTIGUA GUATEMALA



OBJETIVO GENERAL

Intercambio internacional de buenas prácticas en turismo religioso con uno de los destinos más reconocidos de América Latina.



Análisis del modelo de gestión de la Semana Sant



Observación de procesos de articulación entre Iglesia, autoridades, comunidad y sector turístico.



Evaluación de productos y experiencias complementarias



Generación de insumos para la consolidación de la estrategia de Turismo Religioso de Cartagena.



MERCADO IMPACTADO





SEATRADE CRUISE GLOBAL 2026



MIAMI BEACH
CONVENTION CENTER

MAYOR EVENTO DE LA
INDUSTRIA CRUCERÍSTICA EN
SUS 41 AÑOS DE HISTORIA

+12 MIL
ASISTENTES

+7 CITAS CON
EMPRESARIOS DE
LA INDUSTRIA

128
PAISES

+6 EMPRESARIOS
LOCALES
PARTICIPANTO

+650
EXPOSITORES

+85 MARCAS DE
CRUCEROS

MERCADO IMPACTADO



AGENDA COMERCIAL

CON REUNIONES ESTRATÉGICAS
CON NAVIERAS:



Royal
Caribbean
Group



Holland
America Line®



ACCIONES DE VISIBILIDAD INTERNACIONAL

CON MEDIOS ESPECIALIZADOS
(Cruises News)





PARTICIPACIÓN WORLD TRAVEL LATAM 2026 (WTM)

SÃO PAULO, BRASIL

PRINCIPAL EVENTO B2B DE VIAJES Y TURISMO EN AMÉRICA LATINA

FERIA COMERCIAL Y PLATAFORMA DE NEGOCIOS

+40

VISITAS

+830

EXPOSITORES

23

EMPRESARIOS DE LA INDUSTRIA

23

EMPRESARIOS LOCALES PROMOCIONANDO EL DESTINO

49

PAÍSES

+32 MIL

VISITANTES

+20

ENCUENTROS CON PROFESIONALES DE LA INDUSTRIA



MERCADO IMPACTADO





SEGUIMIENTO PLAN DE DESARROLLO CARTAGENA CIUDAD DE DERECHOS

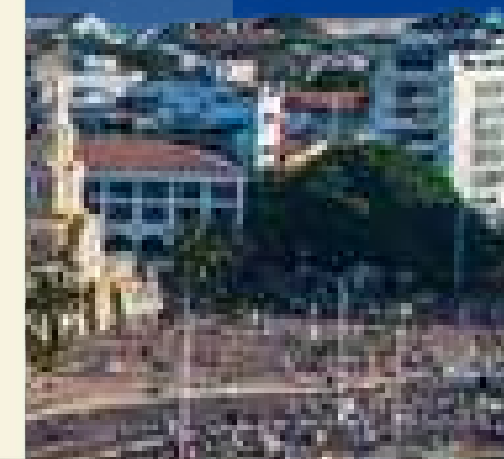
2024 - 2027



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	8	53%
	Desarrollar cuatro (4) productos turísticos.	1	0	0%
	Implementar cinco (5) eventos de ciudad	2	0	0%

DESTINO RELIGIOSO

CARTAGENA DE INDIAS





Semana **Santa**
CARTAGENA DE INDIAS 2026

**BALANCE DE
EVENTOS**



Semana Santa

CARTAGENA DE INDIAS 2026

7 GRANDES EVENTOS
DE LA AGENDA 2026

8  DÍAS DE
ACTIVIDADES

21  MIL
TOTAL DE ASISTENTES EN
LOS EVENTOS

+84  VINCULACIONES
DEL SECTOR
PRIVADO

980 PERSONAL LOGÍSTICO DEL
SECTOR PÚBLICO PARA EL
CUBRIMIENTO DE LOS EVENTOS

10* EMPRESAS PRIVADAS
VINCULADAS EN
PROMEDIO POR EVENTO
*El evento con más empresas vinculadas:
Corre y anuncia tu fe con 29 empresarios.

12 ENTIDADES DEL GOBIERNO
VINCULADAS EN
PROMEDIO POR EVENTO

CRECIMIENTO ANUAL % PROMEDIO EVENTOS

2025 2024

2026



LUCERNARIO

ASISTENTES

1.000

ASISTENTES

1.500

ASISTENTES

2.000

+41,4%



CAMINO A LA PASCUA

ASISTENTES

***1.000**

ASISTENTES

500

ASISTENTES

1.050

+2,5%*



CONFESATÓN

ASISTENTES

550

ASISTENTES

700

ASISTENTES

850

+24,3%



PEREGRINACIÓN TEMPLOS

ASISTENTES

10.000

ASISTENTES

12.000

ASISTENTES

15.000

+22,5%



LA DOLOROSA

ASISTENTES

600

ASISTENTES

700

ASISTENTES

750

+11,8%



CORRE Y ANUNCIA TU FE

ASISTENTES

1.000

ASISTENTES

1.200

ASISTENTES

1.500

+22,5%

***ANTERIORMENTE LLAMADO VIACRUCIS SANTÍCO.**

CRECIMIENTO ANUAL DE LA ESTRATEGIA

2024 - 2025 - 2026

2024
2025

14,150 ASISTENTES

16,600 ASISTENTES

2026

21,150 ASISTENTES

+22,3%

CRECIMIENTO ANUAL DE PARTICIPANTES
EN LOS EVENTOS REALIZADOS.



Semana **Santa**
CARTAGENA DE INDIAS 2026

**ESTRATEGIA DE
PROMOCIÓN**

Semana
Santa
CARTAGENA DE INDIAS 2026

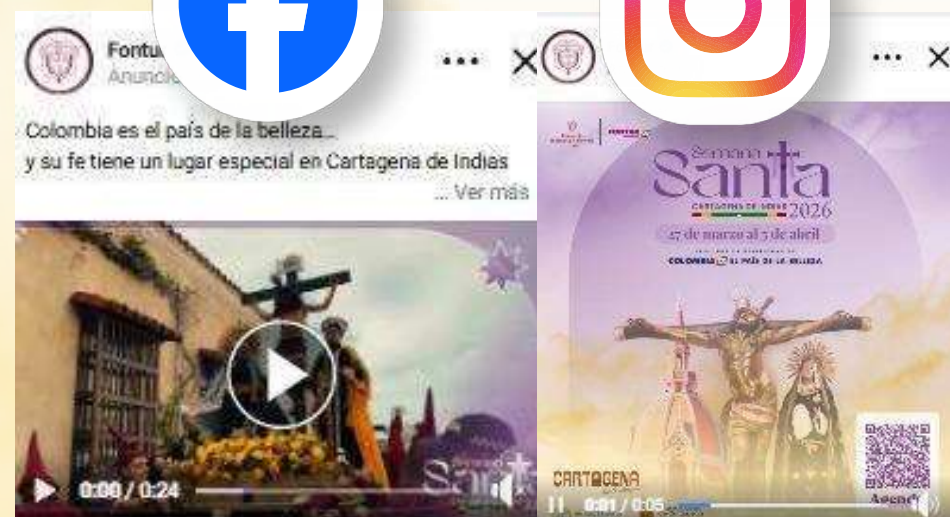
**ESTRATEGIA DE
PROMOCIÓN**

1 ESTRATEGIA
DIGITAL

2 MEDIOS DE
COMUNICACIÓN

3 PUBLICIDAD
EXTERIOR

PLAN DE MEDIOS FONTUR COLOMBIA



IMPRESIONES
1,231,651 | REPRODUCCIONES
13,333

PAGE POST + VIDEO POST

PAUTA PARA 15 DÍAS



en las distintas
plataformas
digitales.

PAUTA EN MEDIOS DIGITALES



IMPRESIONES
/ALCANCE
965,909
REPRODUCCIONES
18,889

TRUE VIEW + VIDEO POST



IMPRESIONES
/ALCANCE
568,182
REPRODUCCIONES
11,111

VIDEO POST



CAMPAÑA DIGITAL

AUDIENCIA 

2.747.523
PERSONAS

ALCANCE

625.326 
PERSONAS vieron el contenido

IMPRESIONES

314.299  veces

fue mostrado el contenido

Cartagena Barranquilla Montería

Medellín Sincelejo Bogotá

Bucaramanga Cali

Rango de edad: de 25 a 65 años



REPRODUCCIONES
DE VIDEOS

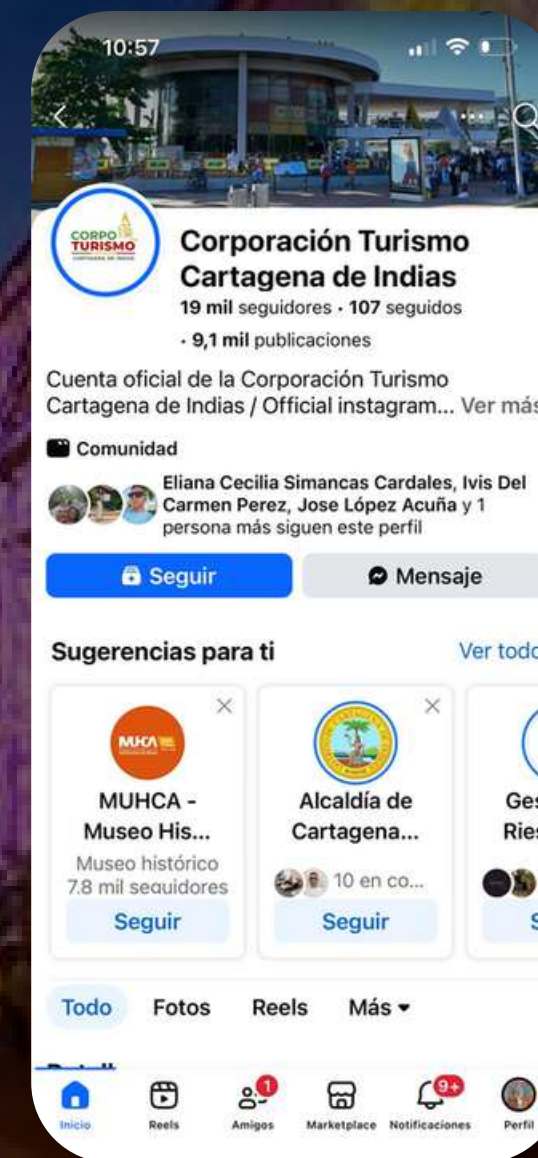
1.750.000

INTERACCIÓN CON EL CONTENIDO

54.907 (Likes,
comentarios,
compartidos,

CLICS EN EL ENLACE

5.600 



Semana
Santa
CARTAGENA DE INDIAS 2026



Se registró
una **tasa de**
interacción
del

9%*

evidenciando una gestión efectiva en la estrategia digital y un alto nivel de respuesta de la audiencia frente a los contenidos difundidos.

**Los contenidos con engagement rate superior al 3% generan 6 veces más conversiones que aquellos por debajo de ese umbral.*

Semana
Santa
CARTAGENA DE INDIAS 2026

Embajador Segmento Religioso

PABLO
MARTÍNEZ



LOGROS



Participación en las
JMJ de Brasil 2013
y Panamá 2019

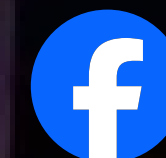
+20 Producciones
discográficas



TRAYECTORIA



- ★ Músico
- ★ Escritor argentino
- ★ Catequista
- ★ Conferencista
- ★ Considerado uno de los
instagramers católicos más
reconocidos de América Latina



171K

SEGUIDORES
EN FACEBOOK



271K

SEGUIDORES
EN INSTAGRAM
(@PABLOMARTINEZOFICIAL)

813 Mil

IMPRESIONES TOTALES
X PUBLICACIÓN

+3 Publicaciones

PROMOCIONANDO SU
VENIDA A CARTAGENA
CON ALCANCE ESTIMADO

IMPACTO EN MEDIOS DE COMUNICACION NACIONAL Y LOCAL

TOP 5 DE MEDIOS



EL TIEMPO

Semana





**FREE
PRESS**

94 MEDIOS
IMPACTADOS

318 NOTAS DE
PRENSA
PUBLICADAS

5.845.200 PAX ALCANCE
MEDIATICO

LLEGANDO A AUDIENCIAS NACIONALES Y
FUERTE DESPLIEGUE EN MEDIOS DIGITALES

94%

**SENTIMIENTO
POSITIVO**

Sentimiento neutro 3,8%

Sentimiento negativo 0,2%

\$812.450.000 COP

**VALORACION DE
CONTENIDOS FREE PRESS**

Impactos organicos generados por el
concepto de Turismo Religioso y visibilidad
sin pago en medios de alto tráfico.

PAUTA EN PANTALLAS DIGITALES EN AEROPUERTOS

 Duración
15 DÍAS



MEDELLÍN



1.1 millones

PROMEDIO
AEROPUERTO
GENERAL/MES



BOGOTÁ



3.6 millones

PROMEDIO
AEROPUERTO
GENERAL/MES

CARTAGENA



3.6 millones

PROMEDIO
AEROPUERTO
GENERAL/MES

+204 EN
MIL IMPRESIONES +18

FONTUR CO
COLOMBIA

PANTALLAS
PROMOCIONALES

ESTRATEGIA DE VISUALIZACIÓN (CENTROS COMERCIALES)

ARTICULACIÓN ESTRATÉGICA MALL PLAZA EL CASTILLO



METRICAS -
interacciones

60 Mil



CARIBE PLAZA

METRICAS -interacciones

75 Mil

NAO

METRICAS -interacciones

30 Mil

CENRO DE CONVENCIONES

METRICAS -interacciones

24 Mil



SERREZUELA

METRICAS -interacciones

39 Mil



PLAZA BOCAGRANDE

METRICAS -
interacciones

48 Mil



315 Mil

IMPACTO TOTAL
INTERACCIONES

CASTELLANA

METRICAS -interacciones

39 Mil

PARÁMETROS DE MEDICIÓN

DURACIÓN 6 -7 días de activación •

Horario comercial 10am – 9pm (11 horas/día)

CICLO DE IMPACTO CADA 8-15 SEG.

Semana Santa CARTAGENA DE INDIAS 2026

¡Bienvenido a la Cuponera
de Semana Santa 2026!

Disfruta Cartagena al máximo con esta cuponera de descuentos
exclusivos en actividades, alojamiento y restaurantes.

¡Aprovecha estas ofertas especiales en tu estancia en la ciudad!

ALOJAMIENTO Y PASADÍAS



RESTAURANTES



MUELLE DE LA BODEGUITA



TOURS Y EXPERIENCIAS



CARTAGENA

Alcaldía Mayor de
Cartagena de Indias

Arquidiócesis
de Cartagena

Semana Santa CARTAGENA DE INDIAS 2026



Para el disfrute de
CARTAGENEROS Y TURISTAS



60 PRESTADORES
VINCULADOS

16 Prestadores
Alojamiento y
pasadías

25 Restaurantes

3 Prestadores del
muelle de la
Bodeguita

16 Prestadores de
tours y
experiencias

CAJAS DE LUZ

1. PALACIO DE LA ADUANA (ALCALDIA)
2. PARQUE CENTENARIO
3. PALACIO DE LA PROCLAMACION
4. PLAZA DE LA TRINIDAD
5. PLAZA DE SAN DIEGO
6. PARQUE FLANAGAN
7. PLAZA DE VARIEDADES
8. FESTIVAL DEL DULCE



5

7



3

8

2



1



4



6



VALLAS - EUCOLES

VALLAS:

1. PUENTE DE MANGA
2. MALL PLAZA
3. UNIDAD DEPORTIVA
4. ENTRADA A
BOCAGRANDE
5. (PLAZA DE TOROS)
6. CRESPO

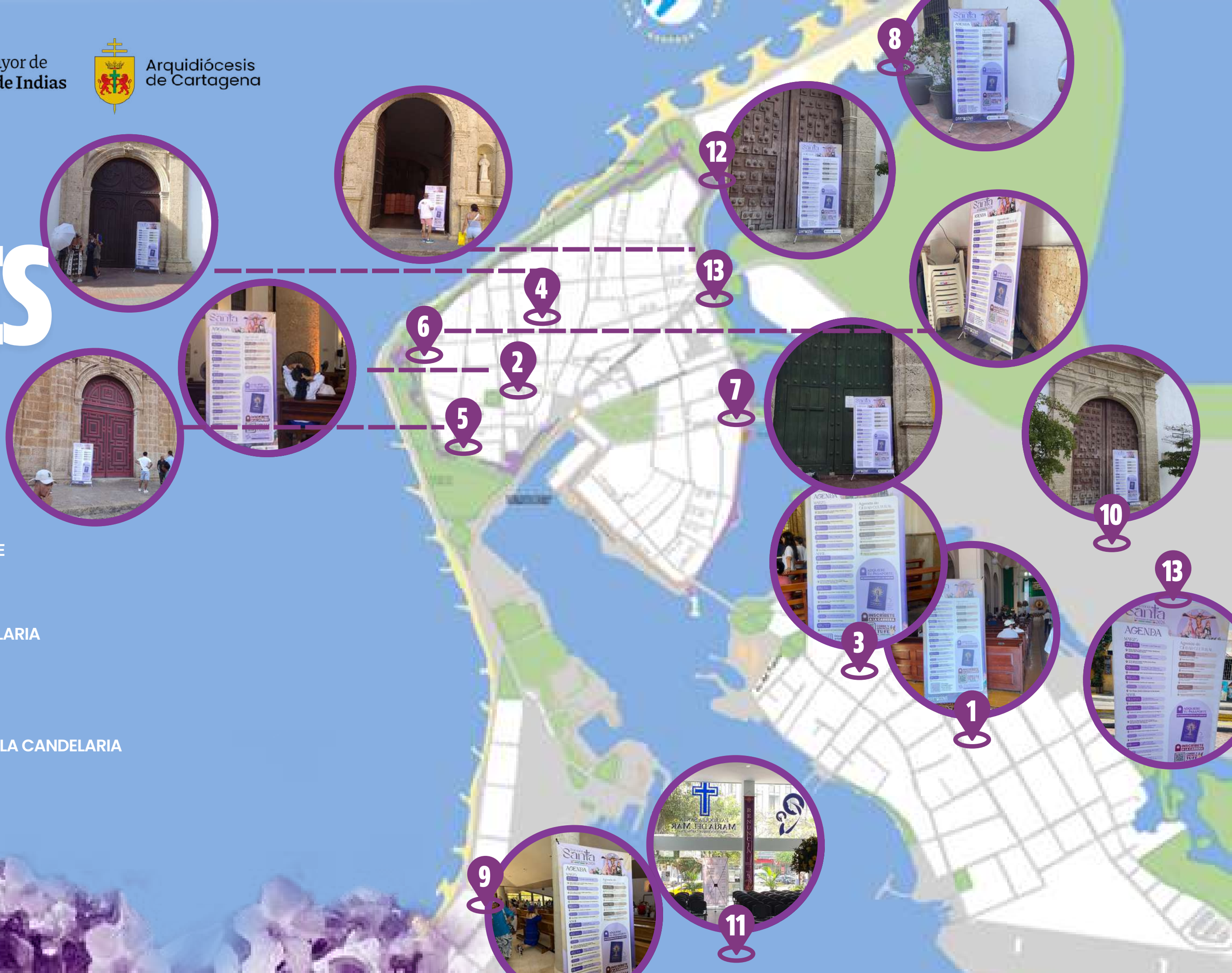
EUCOLES:

7. MUELLE LA BODEGUITA
8. MUELLE MADERA
BODEGUITA
9. PARQUE DE MANGA
10. MANGA AVENIDA
MIRAMAR
11. VALLA PERIMETRAL
(MUELLE LA BODEGUITA)



PENDONES

1. SANTA CRUZ DE MANGA
2. CATEDRAL SANTA CATALINA DE ALEJANDRIA
3. PARROQUIA ANUNCIACIÓN SANTÍSIMA VIRGEN
4. PARROQUIA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
5. SAN PEDRO CLAVEL
6. PARROQUIA SANTO DOMINGO
7. TERCERA ORDEN, SANTÍSIMA TRINIDAD, SAN ROQUE
8. PARROQUIA CRISTO REY CRESPO
9. PARROQUIA PERPETUO SOCORRO BOCAGRANDE
10. IGLESIA LA ERMITA NUESTRA SEÑORA DE LA CANDELARIA
11. PARROQUIA SANTA MARIA DEL MAR
12. PARROQUIA ERMITA DEL CABRERO
13. PARROQUIA SAN JUAN BAUTISTA PARAGUAY
14. CONVENTO Y SANTUARIO DE NUESTRA SEÑORA DE LA CANDELARIA



DESTINO TURISMO ROMANCE

CARTAGENA DE INDIAS



+29 +14

WEDDING
PLANNERS

EMPRESARIOS DEL
SECTOR HOTELERO Y
GASTRONÓMICO

SOCIALIZACIÓN DE LA VISIÓN DEL SEGMENTO DE TURISMO ROMANCE.



**GENERACIÓN DE
OPORTUNIDADES**
comerciales y alianzas
estratégicas.



**PROYECCIÓN DE LA
ESTRATEGIA**
de acompañamiento y
promoción del destino.



MERCADO IMPACTADO



DESTINO TURISMO DEPORTIVO

CARTAGENA DE INDIAS



**VITRINA DEPORTIVA
DE ALCANCE GLOBAL**

+9,500

PARTICIPANTES
CONFIRMADOS

+19

PAISES IMPACTADOS CON EL EVENTO
(Europa, Norteamérica, Centroamérica,
Suramérica y el Caribe)

+600

EMPLEOS
DIRECTOS



PARTICIPAMOS ACTIVAMENTE

Produjimos y operamos
el stand institucional
en la Expo

**Cuponera de
Descuentos**
para incentivar el consumo local
y enriquecer la experiencia





PARTICIPAMOS ACTIVAMENTE



CARTAGENA DE INDIAS
SE FORTALECE COMO EL
EPICENTRO DEL KANGOO
EN COLOMBIA

+1,500
DEPORTISTAS

+10 PAISES IMPACTADOS
CON EL EVENTO
(Europa, Norteamérica, Centroamérica,
Suramérica y el Caribe)



Produjimos y operamos
el stand institucional
en la Expo

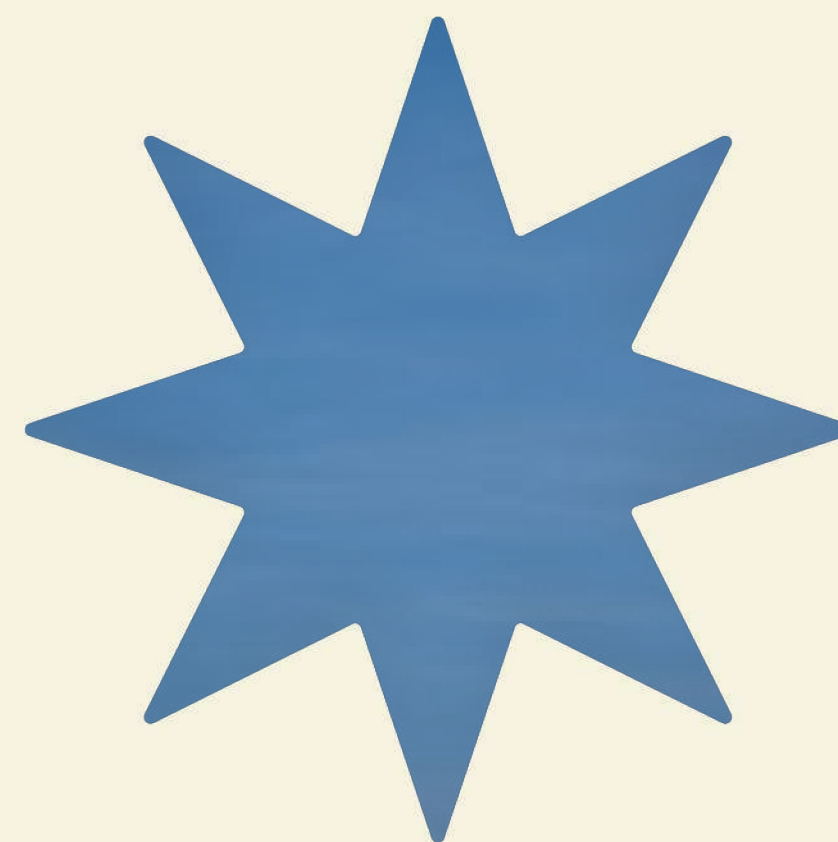
Cuponera de Descuentos
para incentivar el consumo
local y enriquecer la
experiencia

MERCADOS IMPACTADOS



ESTRATÉGIA DE PROMOCIÓN

CARTAGENA DE INDIAS





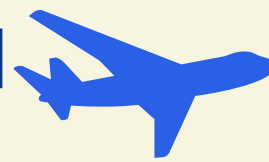
ESTRATEGIA PROMOCION SEGUNDO SEMESTRE 2026



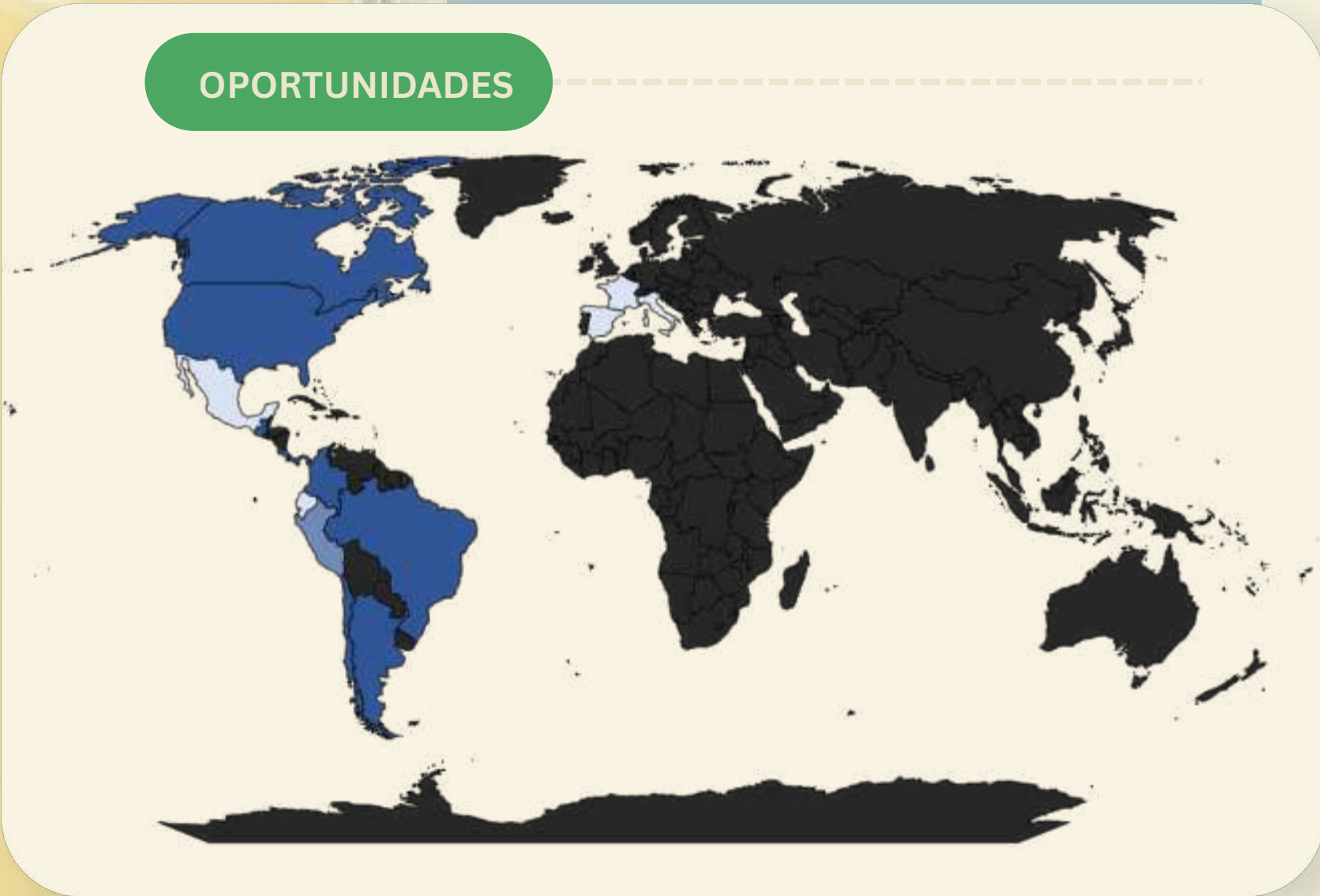
B2C 3 CAMPAÑAS DIGITALES ENFOCADAS A CONVERSIÓN NORTE AMERICA, EUROPA Y SUR AMERICA

B2B

PLAN DE PROMOCIÓN CON AEROLINEAS NACIONAL - INTERNACIONAL



OPORTUNIDADES



NEW	Madrid	world2fly	
NEW	C. de Mexico	VIVA	
NEW	Houston / Washington	UNITED	
Sosten	Atlanta / USA	DELTA	
Sosten	Costa Rica / Centro America	Avianca	



ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

CANAL B2B

*Ferias Internacionales · Workshops ·
Caravanas · Fam Trips & Press Trips*





01 CANAL B2B

ACCIONES POR LÍNEA
ESTRATÉGICA ENE - MAYO 2026



FERIAS NACIONALES / INTERNACIONALES

- ✓ FITUR 2026 – Madrid, España
 - ✓ Vitrina Turística ANATO
 - ✓ ITB Berlín 2026
 - ✓ World Travel LATAM – WTM 2026
- ✓ Routes Americas
 - ✓ Colombia Travel Mart 2026
 - ✓ Seatrade Cruise Global 2026
 - ✓ Congreso de Turismo Religioso Nacional



CARAVANAS Y MISIONES COMERCIALES

- ✓ Misión Agenda Turismo Religioso – Guatemala.
- ✓ Participación Caravanas ASOTELCA.
- ✓ Misión Comercial de Cruceros – Miami 2026



WORKSHOPS

- ✓ Workshop Cono Sur Colombia (ProColombia)



FAM TRIPS & PRESS TRIPS

- ✓ Press Trip SATW Canadian Chapter
- ✓ FAM Trip Internacional Turismo Crucero y MICE

INDICADORES
ESTRATÉGICOS



855
EMPRESARIOS
INTERNACIONALES
PARTICIPANDO



320
CITAS CON
PROFESIONALES



3.300
CITAS ENTRE
EMPRESARIOS



40
EMPRESARIOS
LOCALES
PARTICIPANDO



7
GREMIOS
LOCALES
PARTICIPANDO



MERCADOS
IMPACTADOS

- Estados Unidos
- Canada
- Perú
- Ecuador
- Chile
- Brasil
- Republica Checa
- Polonia
- Guatemala

EXPECTATIVA
DE NEGOCIO

\$11 MILL
USD



FERIAS NACIONALES | INTERNACIONALES

8

EXPO MEDIA MARATÓN MÉXICO
Participación **DEMA SHOW**

FCCA
Cruise Conference & Trade Show

IADWP
Cartagena destino de Romance

Participación COLOMBIA TRAVEL EXPO

Participación TTG RIMINI

Participación FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO FIT

Participación TOP RESA



WORKSHOPS

2

ROADSHOW ECUADOR

WORKSHOP DE COLOMBIA EN USA



CARAVANAS

3

CARAVANA EXCLUSIVA DE CARTAGENA DE INDIAS

**BRASIL**

- Rio de Janeiro
- Sao Paulo

**MEXICO**

- Monterrey
- Ciudad de México

**NACIONAL**



FAM TRIPS & PRESS TRIPS

2

FAMTRIP
VIVA AEROBUS

PRESSTRIP
WORLD TO FLY



CAMPAÑAS DIGITALES ORIENTADAS A CONVERSIÓN

**Plan de Promoción Aerolíneas**

**Campaña de conversión en OTA – EE. UU.**

**Campaña de conversión en OTA – Sur America**

**Campaña de conversión en OTA – Europa**

4

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

CANAL B2C

Norte América · Latinoamérica · Europa





CANAL B2C

ESTRATEGIA PROMOCION

SEGUNDO SEMESTRE 2026



AGOSTO



NOVIEMBRE

8.8M USD

Impacto Estimado

295,3

ROI (Multiplicador)



CANAL B2C

ESTRATEGIA PROMOCION

SEGUNDO SEMESTRE 2026



despegar



Colombia

Brasil

Chile

Perú

Argentina

MERCADOS A IMPACTAR

IMPRESIONES OBJETIVO



120K



170K



300K



120K

710
K

RESULTADOS DE LA CAMPAÑA 2025

64.4K

Viajeros

66.1 K

Noches Alojamiento

AGOSTO



OCTUBRE

4.5M USD

Impacto Estimado

128

ROI (Porcentual)

