**INFORME AVANCE PES PROMOCIÓN TURÍSTICA**

**INTRODUCCIÓN.**

El Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2022-2026 es la hoja de ruta del Gobierno del Cambio que busca sentar las bases para que el país se convierta en un líder mundial de la lucha por la vida, la humanidad y la naturaleza, y comprende los aportes de más de 250.000 personas que a lo largo y ancho de Colombia expresaron sus necesidades y propuestas para mejorar sus condiciones de vida en los diálogos regionales vinculantes.

En este contexto, el sector Comercio, Industria y Turismo se ha propuesto contribuir a las seis transformaciones del PND, con el fin de promover el cambio tecnológico en la producción industrial del país, mejorando la productividad, aumentando las exportaciones de bienes no minero energéticos (NME) e incrementando el bienestar de los territorios y de las personas a partir del desarrollo y aprovechamiento del potencial turístico del país.

Este plan contiene los desafíos asumidos para el cuatrienio 2023 – 2026, en torno a seis ejes:

1. Reindustrialización
2. Internacionalización
3. Turismo sostenible e incluyente
4. Economía popular
5. Cierre de brechas territoriales
6. Transformación institucional

Las acciones de promoción turística se desarrollan en el eje 3. Turismo sostenible e incluyente, que busca “construir capacidades para consolidar el desarrollo sostenible y responsable del turismo en el país, mejorando las prácticas de inclusión e innovación que realizan los entes gubernamentales, las empresas, las comunidades y los territorios, incrementando las oportunidades para la creación de valor social y económico en la oferta turística, para aumentar la demanda de viajeros y el reconocimiento turístico del país”.

**AVANCE**

La estrategia de mercadeo y promoción turística nacional e internacional es una de las acciones desarrolladas desde el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo con Fontur y ProColombia que busca la visibilizarían y posicionamiento de Colombia en mercados doméstico e internacionales como un destino turístico.

En este sentido se ha diseñado una estrategia que reúne las acciones de promoción y generan un nivel de avance integral de la misma. La ficha técnica de la Meta y el indicador es el siguiente:

|  |  |
| --- | --- |
| **Estrategia** | TURISMO SOSTENIBLE E INCLUYENTE |
| **Acción** | Implementar la Estrategia de mercadeo y promoción turística nacional e internacional, en articulación con FONTUR y ProColombia |
| **Nombre del Indicador** | Estrategia de mercadeo y promoción nacional e internacional del cuatrienio implementada |
| **Fórmula de Cálculo** | Avance porcentual de la implementación de la estrategia |
| **Descripción**  **Indicador\*** | "Este es un indicador compuesto, en el cual se combinan de manera ponderada las siguientes variables: estructuración de la estrategia de promoción; lanzamiento de la estrategia de promoción nacional, recursos del proyecto de promoción ejecutados, impactos generados del plan de medios a nivel nacional, ejecución de recursos campaña de promoción nacional, ejecución de recursos de plan de medios internacional, número de eventos internacionales captados por ProColombia, número de empresas beneficiadas con servicios de ProColombia en Colombia y en el exterior.  La combinación de variables permite medir el avance de las acciones que se desarrollan para fomentar el turismo a nivel nacional e internacional, desarrolladas por Fontur y ProColombia. Conjuntamente se persiguen los siguientes objetivos específicos: 1. Desarrollar un mensaje y narrativa única para los públicos nacionales e internacionales que se construya entre el conjunto con los equipos de las áreas de promoción turística del MinCit, Fontur y ProColombia. 2. Lograr la atracción de 7,5 millones de turistas al país a 2026 con base en un mensaje que reúna las regiones turísticas y las experiencias que se pueden disfrutar en el país." |
| **Descripción**  **Evidencia\*** | Informe de avance de la estrategia, que contenga la descripción cualitativa y cuantitativa de las variables y los respectivos soportes |

El indicador de nivel de avance se compone de siete (7) variables, cada una muestra los resultados obtenidos y se computa acorde con un peso porcentual dado a cada una, de manera que sumados entre ellas dan el nivel de avance de la estrategia.

Las variables de medición y sus respectivas metas para el período 2023- 2026, son:



En el presente informe se reporta los avances del indicador en su conjunto y se incluye de manera descriptiva el desarrollo de cada una de las variables que componen el indicador.

**REPORTE MES DE ABRIL DE 2024**

Para el mes de abril, se reporta un **nivel de avance de 1,7%,** quedando un acumulado para el año 2024 de 9,8% y el acumulado del cuatrienio en **40,6%.**

A continuación, se presenta la matriz de avance de las actividades realizadas durante los meses de enero y abril del 2024.

**REPORTE DESCRIPTIVO DE CADA VARIABLE A ABRIL DEL 2024**

1. **MINCIT -** **Estructuración de la Estrategia**

La estrategia de promoción turística fue desarrollada por primera vez “In House” por los equipos de Promoción y Comunicaciones de MinCIT, Fontur y ProColombia y Marca País y, mediante el proyecto FNTP-028-2023 cuyo objetivo es “Desarrollar una estrategia integral de mercadeo que propenda por el posicionamiento de Colombia como destino turístico en mercados internos y externos” por valor de $15.102.193.600, se dio inicio a su implementación.

Esta estrategia de promoción turística nacional e internacional, se desarrolla mediante la campaña **“COLOMBIA, EL PAÍS DE LA BELLEZA”** con la que se busca articular las 6 regiones turísticas definidas por ProColombia con las 12 experiencias país identificadas por el Viceministerio de Turismo.

El documento técnico que soporta esta variable fue entregado en el mes de julio.

1. **MINCIT - Lanzamiento de la Estrategia de Promoción Turística**

Durante el mes de agosto de 2023 se realizaron acciones para el lanzamiento de la estrategia de promoción “Colombia El País de la Belleza” a nivel nacional, en 2 momentos: fase de expectativa y de lanzamiento.

**Fase de Expectativa**

Entre el 6 a 13 agosto de 2023, se instalaron cubos de espejos de 3x3x3mts en los principales atractivos turísticos de 13 destinos consolidados y emergente del país, como un mensaje que invite a ver el reflejo de la belleza de Colombia.

**Fase de Lanzamiento Nacional**

El 10 de agosto de 2023 en Manizales se realizó el evento de lanzamiento de la campaña a nivel nacional, en la que se contó con la presencia del ministro, Viceministro de Turismo y Presidentes de Fontur y ProColombia y con una asistencia de 250 personas entre medios de comunicación, gremios, entidades territoriales, aliados nacionales, y otros actores del sector turismo.

Los soportes de esta actividad fueron entregados en el informe del mes de agosto.

1. **MINCIT - Impresiones de las campañas digitales a nivel nacional**

Para el mes de febrero de 2024, todo el esfuerzo se concentró en la presentación de la Vitrina ANATO, por lo que no se lanzó la campaña digital “Colombia, el país de la Belleza”.

En marzo de 2024, se realizaron aproximadamente 6.207.232 impresiones digitales de la campaña “Colombia, el país de la Belleza”, alcanzando un total acumulado de 13,486,046 impresiones de enero a abril de 2024.

En el mes de mayo se contrató un plan de medios en radio nacional para la promoción de la campaña Colombia El País De La Belleza en articulación con el Circo del Sol Messi 10, esta actividad se ejecuta del 27 al 31 de mayo por un valor de $ 250.000.000.

A continuación, se presentan las impresiones y el alcance de los planes de medios del proyecto FNTP-028-2023. (Se adjunta informes de la Central de Medios como evidencia):

|  |  |
| --- | --- |
| **Mes de Enero** | **Alcance** |
| Impresiones | 7.278.814 |
| Clicks | 35.695 |
| **Mes de Marzo** | **Alcance** |
| Impresiones | 6.207.232 |
| **Mes de Mayo** | **Alcance** |
| Alcance en Radio con Campaña Circo del Sol | 3.735.100 |
| **Total Alcance enero, marzo y mayo** | **17.221.146** |

**Nota:** En el mes de febrero y abril no hubo plan de medios en ejecución para tener impresiones. Sin embargo, se ejecutó un plan de medios en radio nacional el cual enviamos en archivo adjunto.

**MINCIT - Ejecución de recursos campaña de promoción turística nacional**

El desarrollo de la campaña de promoción nacional se ejecuta por medio del proyecto FNTP-028-2023, por valor total de $15.102.193.600.

En comité directivo del 30 de noviembre se aprobó una adición por valor de $1.500.000.000, quedando el valor total del proyecto en $16.602.193.600.

En comité directivo del 14 de marzo se aprobó una adición por valor de $2.500.000.000, quedando el valor total del proyecto en $19.102.193.600.

Al mes de abril del 2024, del FNTP-028-2023, se han ejecutado cerca de **$11.709.397.200** que obedecen a planes me medios digitales, ATL y medios alternativo en la línea de planes de medios de la campaña de Promoción Turística Colombia El País De La Belleza.

Durante los meses de enero abril del 2024, por el proyecto de promoción turística FNTP-028-2023 Colombia El País De La Belleza se realizaron la siguientes actividades:

* Del 23 al 26 de enero de 2024 el MinCIT solicito realizar las siguientes
* Prestar los servicios técnicos para el desarrollo de una actividad BTL en el marco de la Activación El País De La Belleza en el marco de la visita de Presidencia a Tumaco, Nariño enmarcado en el proyecto FNTP-028-2023
* Prestar los servicios de alquiler de proyector laser para mapping y transmisión en vivo en el marco de la Activación “El País De La Belleza” en el desarrollo de la visita de Presidencial a Tumaco, Nariño, enmarcado en el proyecto FNTP-028-2023.
* Prestar los servicios de alquiler de proyector laser para mapping y transmisión en vivo en el marco de la Activación “El País De La Belleza” en el desarrollo de la visita de Presidencial a Tumaco, Nariño, enmarcado en el proyecto FNTP-028-2023.
* Estas actividades de BTL presentaron un presupuesto de $202.040.399
* El 07 y 08 de marzo por solicitud de MinCIT se realizó promoción de la campaña Colombia El País de La Belleza a través de BTL video mapping en las ciudades de Cartagena - Torre del Reloj y Bogotá - Museo Nacional por valor de $ 129.400.600. Esta actividad finalmente se ejecutó el 14 y 15 de marzo.
* El 07 de marzo por solicitud de MinCIT se realizó promoción de la campaña Colombia El País de La Belleza a través de activación promocional en el marco de COP 16 en la ciudad de Cali por valor de $128.650.900. De esta actividad se generó un gasto adicional por $ 15.113.000 para prestar los servicios de "Alquiler de mobiliario, menaje, silletería, graderías, equipos de cómputo, sonido profesional, carpas, tarimas y estructuras, iluminación, servicios de traducción simultánea, con transporte y servicios de personal de protocolo, personal técnico y logístico para eventos, personal de montaje y desmontaje.
* Se realizo la producción de POP El País De La Belleza en el Encuentro Nacional de Autoridades Regionales de Turismo por valor de $125.927.521 en el mes de febrero de 2024.
* Se elaboro material POP para la promoción de la campaña Turística Colombia El País de La Belleza en el marco de ANATO 2024 en el mes de febrero de 2024 por valor de $55.771.000. Todo este material se distribuyó por parte del MinCIT en el marco de esta feria.
* Se realizó material de Merchandsinig (delantales, gorras) para la participación de Colombia a la Mesa en ANATO 2024 por valor de $17.257.166 en el mes de febrero de 2024.
* Se realizó Mural Aeropuerto de Providencia de la campaña de promoción turística de Colombia El País De La Belleza, en el mes de marzo de 2024 por valor de $12.150.000.
* Se realizó producción de piezas OOH para el espacio en Terminal de Transporte de Bogotá para la promoción de la campaña de Colombia El País De La Belleza, en el mes de marzo de 2024 por valor de $9.103.500.
* El 14 de marzo de 2024 el MinCIT solicito una adición de 2.500 millones para contar con más recursos para la realización de activaciones promocionales BTL, teniendo en cuenta los recursos que se han ejecutado para la realización de activaciones promocionales de Mapping en destinos como Bogotá, Tumaco, Cartagena, activación de COP 16, activaciones en aeropuerto de Providencia y terminal de transporte de Bogotá que han generado el posicionamiento de la estrategia de promoción turística Colombia El País De La Belleza.
* Esta solicitud apunta a fortalecer las acciones correspondientes al objetivo específico No. 3 "Implementar la estrategia de promoción turística nacional bajo planes de trabajo acorde a las necesidades de cada territorio e indicaciones del MinCIT, estableciendo un valor final para la Actividad 3.3. Realizar de actividades BTL que promocionen los destinos y los productos turísticos del país de acuerdo con la estrategia de promoción turística de $6.423.750.000 y un valor final total del proyecto de $19.102.193.600.
* \*El 20 de marzo de 2024 inicio un plan de medios en radio nacional y medios comunitarios para promocionar la campaña de Colombia El País De La Belleza en el marco de la semana santa de 2024 a través del contrato FNTCE-182-2023-71-2024 por valor de $ 99.997.903 con una duración de 1 mes.
* El 21 de marzo de 2024 se realizó el diseño y montaje de una activación en Mompox que represente Colombia el país de la belleza posesione la ruta Macondo dentro del imaginario de los locales y visitantes en el marco del proyecto FNTP-028-2023 por un valor de $109.956.000 y se produjo POP con el potenciador de este pueblo patrimonio por valor de $7.021.000.
* \*El 22 de marzo de 2024 se realizó un Mapping en la ciudad de Cartagena por valor de $48.391.195.
* \*El 26 de marzo se contrató un plan de medios en redes sociales focalizado en Facebook e Instagram, georreferenciado en los departamentos de Nariño, Cauca y Valle del Cauca para la promoción de Colombia El País De La Belleza a través del contrato FNTCE-182-2023-73-2024 por valor de $20.000.000.
* Del 09 al 12 de abril de 2024 se contrató la logística para la producción de material audiovisual por parte de la Unidad Creativa en Popayán por valor de $29.880.000.
* Del 16 al 19 de abril de 2024 se contrató la logística para la producción de material audiovisual por parte de la Unidad Creativa en Melgar por valor de $26.656.000.
* \*El 10 de mayo de 2024 se promociono la estrategia de Colombia El País de La Belleza en la ciudad de Cali, en el marco de la visita de Presidencia, a través de 3 carrozas móviles. Esta actividad se ejecutó por un valor de $ 67.337.340. Como gasto adicional a esta actividad por solicitud de MinCIT se generó un presupuesto adicional por $ 34.054.081. Se genero un segundo pago directo por valor de $ 74.095.530. Se genero un tercer pago directo por valor de $3.525.375.
* \*Por solicitud del MinCIT el 23 de mayo se realizó una activación de Colombia El País de La Belleza en el Hotel Opera de la cauda de Bogotá con actividades gastronómicas, culturales y POP para 25 invitados especiales por valor de $ 46.892.638.
* \*Por solicitud de MinCIT del 31 de mayo al 03 de junio se realizó una campaña con 2 influenciadores gastronómicos en Tumaco, Nariño para promocionar a Colombia El País de La Belleza por valor de $7.946.000.
* \*Por solicitud de MinCIT se contrató un plan de medios en radio nacional para la promoción de la campaña Colombia El País De La Belleza en articulación con el Circo del Sol Messi 10, esta actividad se ejecuta del 27 al 31 de mayo por un valor de $ 250.000.000.
* \*Por solicitud del MinCIT se ejecuta la activación promocional relacionada con entradas para el Espectáculo Messi 10 del Cirque du Soleil con el objetivo de articular la campaña de Colombia El País De La Belleza por valor de $ 452.000.000. Se entrega 304 pases dobles a los ganadores que indiquen a qué lugar de Colombia invitarían a viajar a Messi 10 Circo del Sol.
* Por solicitud de MinCIT se contrató un plan de medios para realizar pauta en el aeropuerto Olaya Herrera de Medellín del 31 de agosto al 30 de noviembre con el objetivo de promocionar las nuevas rutas aéreas hacia el Departamento del Chocó por un valor de $80.085.540. Igualmente, el 03 y 04 de junio se realizó una activación BTL en el aeropuerto para promocionar las nuevas rutas con un presupuesto de $9.639.000.
* Del 05 al 07 de junio de 2024 se contrató la logística para la producción de material audiovisual por parte de la Unidad Creativa en Bogotá para temas de hotelera y terminales de transporte por valor de $38.200.000.
* Del 17 al 18 de junio se ejecutó la activación de nuevas rutas aéreas Cartagena- Mompox y Villavicencio Arauca, en los aeropuertos de Cartagena y Villavicencio con grupos culturales musicales por valor de $14.018.200
* Del 18 al 24 de junio se ejecutó la producción de 20 locuciones para las piezas audiovisuales que produjo la Unidad Creativa para promocionales de la Fase II de la campaña Colombia El País De La Belleza por un valor de $ 15.113.000.
* Por solicitud del MinCIT del 27 al 12 de julio se realizó servicios de alquiler de mobiliario requerido para ejecutar la activación BTL dirigida a la promoción de Colombia el País de la Belleza en la celebración del Orgullo LGBT, en el marco del proyecto FNTP-028-2023.
* THEATRON PRIDE Serie de actividades a realizarse del 27 al 30 de junio WE TRADE La feria de negocios diversos, equidad e inclusión más importante de América Latina, Fecha: jueves 11 y viernes 12 de Julio de 2024, Lugar: Ágora Centro de convenciones Horario: 08:00 am - 09:00 pm Organiza: Asociación Cámara de Comerciantes LGBT de Colombia - Cámara de la Diversidad. El valor de estas actividades fue de $ 73.974.000.
* Del 25 de junio al 15 de julio por solicitud del MinCIT se contrató promoción con influenciadores de la campaña de promoción turística Colombia El País De La Belleza en el marco de las actividades de la diversidad de género en Bogotá a través del contrato FNTCE-239-2024- 08-2024 por valor de $28.854.825.
* El 03 de julio se contrató la producción de 3.000 gorras blancas y 3.000 bolsas como material POP para la campaña Colombia El País De La Belleza por un valor de $58.091.040 las gorras y $41.911.800 las bolsas.
* El 03 de julio se contrató los servicios de impresión, producción e instalación de dos globos no aerostáticos con logos, en el marco de la celebración del día de la independencia 20 de julio en el parque metropolitano el tunal de Bogotá y demás activaciones donde se utilice este material. El valor de esta actividad es de $70.285.616.
* Del 05 al 14 de julio por directriz del MinCIT se apoya a Artesanías de Colombia con la promoción de la campaña de promoción Turística Colombia El País De La Belleza en Expoartesano 2024 que se celebrar en la ciudad de Medellín. Este apoyo consiste en un plan de medios en los aeropuertos y terminales de esta ciudad y su metro por un valor de$73.321.222 y el alquiler de espacio con su respectivo diseño y montaje de stand por valor de $27.401.050 y $70.000.000 respectivamente.
* El 3 de julio se contrató el Stand de expoartesanias en expoartesano en Medellín.
* El 3 de julio se contrató una activación BTL con el fin Prestar los servicios de impresión, producción e instalación de dos globos no aerostáticos con logos, en el marco de la celebración del día de la independencia 20 de julio en el parque metropolitano el tunal de Bogotá proyecto FNTP-028-2023. $70.285.616
* El 3 de julio se contrató los servicios de diseño y producción de material promocional, bolsas ecológicas para distribución en diferentes eventos. $41.911.800 y $ 58.091 respectivamente.
* El 5 de julio se apoyó a expoartesanias el Prestar los servicios logísticos para la participación de 7 artesanos como activación de demostración de oficio de los destinos de las rutas turísticas artesanales durante 11 días de feria proporcionándoles: el transporte, la alimentación y el envío de mercancía ida y regreso a la Feria Expoartesano. $ 20,662,230 y $ 6.545.000 respectivamente.
* El 10 de julio por solicitud del MICIT, se solcito prestar los servicios de elaboración de 10.000 pines divididos en cuatro diseños previamente aprobados, en el marco de la celebración del 20 de Julio. $ 31.535.000
* El 10 de julio por orden del MINCIT, se solicitó Prestar los servicios de alquiler de 250 Drones para realizar la promoción de la fiesta de independencia por medio de un show de Drones que visualice en el cielo 40 iconos típicos colombianos en el marco de la celebración del 20 de Julio de 2024. $ 332.605.000
* El 10 de julio para ayudar a expoartesanias se solicitó Realización de cuatro silletas comerciales de 1,80 mts de diámetro en el marco de Expoartesano 2024 Medellín, $ 9.800.000

Para el posicionamiento de la campaña de promoción turística de Colombia El País de la Belleza en el marco de la celebración del 20 de julio en el parque El Tunal en la ciudad de Bogotá se realizaron las siguientes actividades:

* Prestar los servicios de personal técnico y logístico de montaje y desmontaje en general para la coordinación del evento “Conmemoración del 20 de Julio”, en el marco del proyecto AD2-FNTP-028-2023 por valor de $ 715.392.544. Prestar los servicios de alquiler de sonido profesional y técnica necesaria para la óptima ejecución de la Conmemoración del 20 de Julio, en el marco del proyecto AD2-FNTP-028-2023 “Estrategia de promoción y mercadeo turístico de Colombia 2023 por valor de $314.000.000.
* Prestar los servicios de alquiler de baños y lavamanos portátiles como parte de los utensilios logísticos necesario para la realización del evento “Conmemoración del 20 de Julio”, en el marco del proyecto AD2-FNTP-028-2023 por valor de $ 46.076.800. Servicios integrales de alimentación – catering, Refrigerios, almuerzos, cenas, estación de café e hidratación para eventos, incluyendo servicios complementarios.
* Estación de Café evento 20 de Julio por valor de $7.913.500. Prestar los servicios de transporte terrestre, alojamiento, alimentación, pago de honorarios y activaciones BTL para la conmemoración del 20 de julio en el marco del proyecto AD2 FNTP-028-2023 “Estrategia de promoción y mercadeo turístico de Colombia 2023 por valor de $31.304.720.
* Prestar los servicios de transporte terrestre, alimentación y experiencias turísticas que se estarán realizando durante el viaje de familiarización en Bogotá DC, en el marco del proyecto FNTP-028-2023, activación BTL 20 de julio de 2024 por valor de $ 23.710.755.
* Prestar el servicio de elaboración, impresión y distribución de material publicitario, de mercadeo o didáctico relacionado con la actividad, tal como brandeo de carpas para el evento del 20 de Julio por valor de $ 7.359.200.
* Alquiler de mobiliario tal como tarima, planta, personal de montaje y desmontaje para evento 20 de julio por valor de $ 6.426.000.
* o Elaboración e impresión de brandeo para carpas en muestra gastronómica evento 20 de julio por valor de $773.500.
* o Realizar la logística de tiquetes y hospedaje para viaje de familiarización en el marco del evento 20 de julio por valor de $10.500.000.
* o Tiquete aéreo de la presentadora en el marco del proyecto AD2-FNTP-028-2023 Activación El País De La Belleza actividad Presidencia en Bogotá conmemoración del 20 de julio por valor de $800.000.
* o Servicios de personal de protocolo para la presentación musical en el marco de la conmemoración del 20 de julio por valor de $1.500.000.
* o Ejecutar un plan de medios para la promoción de la festividad del 20 de julio en la ciudad de Bogotá en el marco de la narrativa Colombia el País de la Belleza por valor de $400.000.000.
* o Implementar pauta en canal streaming y redes sociales por RTVC para promoción de la festividad del 20 de julio en el marco de la narrativa Colombia el País de la Belleza $ 28.407.654.

El 31 de julio se contrató los servicios de alquiler, montaje y desmontaje de producción técnica con transporte para el evento denominado “Cumbre Latinoamericana de IA"”, en el marco del proyecto AD2-FNTP-028-2023. Actividad a desarrollar el 08 de agosto de 2024 por un valor de $244.991. 250.Por otra parte, la ejecución presupuestal del proyecto con corte al 31 de julio de 2024 es la siguiente:

**Valor inicial del Proyecto:** $ 15.102.193.600

**Valor adición No. 1 del proyecto:** $ 1.500.000.000

**Valor Adición No 2 del proyecto:** $ 2.500.000.000

**Valor Total del Proyecto:** $ 19.102.193.600

**Valor contratado:** $ 15.234.723.947

**Saldo del proyecto:** $ 3.867.469.653

\*Nota: En el saldo del proyecto está pendiente las afectaciones de unas actividades en proceso (Cena Cartagena MinCIT y Viaje de familiarización y Branding POP Festival sin Pasaportes Necoclí).

**Porcentaje de ejecución del proyecto: 80%**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **FNTP-028-2023 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y MERCADEO TURÍSTICO DE COLOMBIA 2023** | | | | | |
| **Valor Total del Proyecto** | $ 19.102.193.600 | Este valor total incluye la adición No. 1 de 1.500 millones de nov de 2023 y No. 2 de 2.500 millones de mar 2024 | | |
| **Actividades del proyecto** | **Presupuesto** | **Contratado** | **% Ejecución** | **Saldo** |
| 1.1 Desarrollar el estudio e investigación de mercado de acuerdo con los criterios de MINCIT, Procolombia y Fontur. | $ 1.338.750.000 | $1.338.750.000 | **100%** | $ - |
| 2.1. Realizar la validación y seguimiento de conceptos creativos de campañas y subcampañas por medio de grupos focales y métodos cuantitativos o cualitativos. | $ 500.000.000 | $- | **0%** | $500.000.000 |
| 3.1. Diseñar y desarrollar el material gráfico y publicitario necesario, para la ejecución de la campaña de promoción. | $ 500.000.000 | $ 327.302.839 | **65%** | $172.697.161 |
| 3.2. Implementar la campaña de promoción turística con estrategias enmarcadas en comunicación digital, medios tradicionales, alternativos y demás canales de acuerdo con los lineamientos establecidos por MinCIT. | $ 7.675.000.000 | $[6.372.575.131](http://6.372.575.131) | **83%** | $  1.274.017.215 |
| 3.3. Realizar de actividades BTL que promocionen los destinos y los productos turísticos del país de acuerdo con la estrategia de promoción turística. | $ 6.423.750.000 | $ 6.271.270.003 | **98%** | $ 152.479.997 |
| 3.4. Producir y distribuir material promocional de acuerdo con la estrategia de promoción turística. | $ 1.912.500.000 | $  773.586.888 | **40%** | $  1.138.913.112 |
| 3.5. Implementar viajes de familiarización con periodistas e influencers (Press Trip) hasta 50 personas; para la amplificación de la campaña de promoción de los destinos y los productos turísticos del país de acuerdo con la estrategia de promoción turística | $ 400.000.000 | $  122.831.432 | **31%** | $  277.168.568 |
| 4.1. Contratar el personal profesional especializado para gestionar la articulación con el MinCIT, Procolombia y Fontur en la conceptualización, estructuración, seguimiento, desarrollo y evaluación de la estrategia de promoción turística integralmente, desde las directrices de política pública. | $ 352.193.600 | $- | **0%** | $352.193.600 |
| **TOTALES** | **$ 19.102.193.600** | **$**  15.234.723.947 | **80%** | **$**  3.867.469.653 |

1. **PROCOLOMBIA -** **Recursos plan de medios internacional** **ejecutados**

**Avance a mayo:** En el mes de mayo se ejecutaron $ 1.222.259.826.

El desarrollo del plan de medios de promoción internacional se ejecuta por medio del proyecto FNTP-009-2023 “Campaña plan de medios Colombia turismo internacional”, por valor total de $18.000.000.000, con una vigencia de ejecución de 12 meses desde abril de 2023. En abril de 2024 se firmó un otro sí hasta el 30 de junio de 2024.

De enero a mayo de 2024, se han ejecutado $ 2.436.403.012 de pesos colombianos en el plan de medios de la campaña de promoción internacional ejecutados FNT-009-2023.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Ejecución del plan de medios de la Campaña de Promoción Internacional** Fecha de corte: 30 de junio | | | |
| **Mercado** | **Canal** | **Tipo de Medio** | **Presupuesto ejecutado** |
| Alemania, Francia, Argentina, España, México, Ecuador, Panamá, Chile y Perú | Condenast | Digital | $ 98.062.431 |
| Argentina, Brasil, México | Despegar | Digital | $ 759.627.636 |
| Argentina, Brasil, México, Estados Unidos | Warner Media | Digital | $ 37.741.570 |
| Argentina, España, Brasil, Canadá, México, Estados Unidos | Travel 2 Latam | Digital | $48.829.012 |
| Argentina, Venezuela, Canadá, Ecuador, Panamá, Chile y Perú | Warner Media | Digital | $1.509.452.669 |
| Argentina, Venezuela, Brasil, México, Estados Unidos, Ecuador, Panamá, Chile y Perú | North Star | Digital | $23.344.766 |
| Argentina, Venezuela, Brasil, México, Estados Unidos, Ecuador, Panamá, Chile y Perú | Sun Media | Digital | $190.949.415 |
| Brasil, Inglaterra, Canadá, Alemania | Folha SaoPaulo Brasil, The Guardian UK, National Post Canada, Faz Alemania | Digital | $104.231.678 |
| Canadá y Estados Unidos | North Star | Digital | $9.908.800 |
| Canadá y Estados Unidos | Playground | Digital | $158.666.666 |
| Canadá, México y Estados Unidos | Expedia | Digital | $650.700.029 |
| España | Pantallas España Mayo 15-28 | Digital | $ 196.035.609 |
| Estados Unidos | New York Times | Digital | $ 90.906.944 |
| Estados Unidos, Canadá, Argentina, Brasil, México, Ecuador | Tripadvisor | Digital | $ 395.052.711 |
| Estados Unidos, Ecuador y Venezuela | New York Times, El Universo Ecuador y Últimas noticias Venezuela. | Prensa/Digital | $ 386.732.643 |
| Francia, Alemania, Estados Unidos, Brasil, Chile, Ecuador, Venezuela, México, España, Reino Unido, Perú | El comercio, El mercurio, El País, El Universal.EC, El Universal.VE, La Reforma, Latimes, Lefigaro, Premium sites Alemania, Premium sites Brasil, Theguardian.com, thenewyorktimes.com, Washingtonpost.com | Digital | $ 39.707.096 |
| Francia, Inglaterra, Alemania, Argentina, España, Brasil, Canadá, México, Estados Unidos | Epsilon | Digital | $76.684.901 |
| Francia, Inglaterra, Alemania, Argentina, España, Brasil, Canadá, México, Estados Unidos | Wanderlust | Digital | $36.398.738 |
| Francia, Inglaterra, Alemania, Argentina, España, Brasil, Canadá, México, Estados Unidos | Wetransfer | Digital | $ 86.746.002 |
| Francia, Inglaterra, Alemania, Argentina, Venezuela, España, Brasil, Canadá, México, Estados Unidos, Ecuador, Panamá, Chile y Perú | Estrategia Promoción Turisitica- Planes Regionales | Producción | $ 55.297.500 |
| Francia, Inglaterra, Alemania, Argentina, Venezuela, España, Brasil, Canadá, México, Estados Unidos, Ecuador, Panamá, Chile y Perú | Google | Digital | $ 161.177.996 |
| Francia, Inglaterra, Alemania, Argentina, Venezuela, España, Brasil, Canadá, México, Estados Unidos, Ecuador, Panamá, Chile y Perú | Google Search | Digital | $ 117.682.290 |
| Francia, Inglaterra, Alemania, Argentina, Venezuela, España, Brasil, Canadá, México, Estados Unidos, Ecuador, Panamá, Chile y Perú | Lanzamiento Oficial Nueva Narrativa | Lanzamiento Oficial de la Nueva Narrativa | $ 1.945.102.184 |
| Francia, Inglaterra, Alemania, Argentina, Venezuela, España, Brasil, Canadá, México, Estados Unidos, Ecuador, Panamá, Chile y Perú | Locuciones | Producción | $ 17.667.930 |
| Francia, Inglaterra, Alemania, Argentina, Venezuela, España, Brasil, Canadá, México, Estados Unidos, Ecuador, Panamá, Chile y Perú | Meta FB+IG | Digital | $ 418.196.899 |
| Francia, Inglaterra, Alemania, Argentina, Venezuela, España, Brasil, Canadá, México, Estados Unidos, Ecuador, Panamá, Chile y Perú | Playground | Digital | $ 79.333.334 |
| Francia, Inglaterra, Alemania, Argentina, Venezuela, España, Brasil, Canadá, México, Estados Unidos, Ecuador, Panamá, Chile y Perú | Producción Nueva Narrativa | Producción | $ 3.514.799.999 |
| Francia, Inglaterra, Alemania, Argentina, Venezuela, España, Brasil, Canadá, México, Estados Unidos, Ecuador, Panamá, Chile y Perú | Smart Films | Producción | $ 320.000.000 |
| Francia, Inglaterra, Alemania, Argentina, Venezuela, España, Brasil, Canadá, México, Estados Unidos, Ecuador, Panamá, Chile y Perú | Traducción | Producción | $ 367.207 |
| Francia, Inglaterra, Alemania, Argentina, Venezuela, España, Brasil, Canadá, México, Estados Unidos, Ecuador, Panamá, Chile y Perú | X/Twitter | Digital | $433.995.561 |
| Francia, Inglaterra, Alemania, Argentina, Venezuela, España, Brasil, Canadá, México, Estados Unidos, Ecuador, Panamá, Chile y Perú | YouTube | Digital | $ 493.234.922 |
| Francia, Inglaterra, Alemania, España y Estados Unidos | Passporter | Digital | $ 711.574.354 |
| Inglaterra y Estados Unidos | Pantallas en Londres y Nueva York Mayo 15-21.210 W46th st - Digital Godzilla en NUEVA York y Leicester Square en Londres. | Digital | $ 471.984.206 |
| Inglaterra, Argentina, España, Brasil, Canadá, México, Estados Unidos, Ecuador, Panamá, Chile y Perú | Adara | Digital | $ 464.918.400 |
| Inglaterra, Francia, Alemania, Argentina, Venezuela, España, Brasil, Canadá, México, Estados Unidos, Ecuador, Panamá, Chile y Perú | Amadeus | Digital | $525.819.398 |
| México | Latin Meeting | Digital | $ 30.412.437 |
| México | Pantallas México Mayo 15-28 | Digital | $ 152.787.730 |
| México y Estados Unidos | Univisión | Digital | $ 192.964.476 |
| Panamá, Perú y Chile | PanAmerica Panamá, La Républica Perú y El mercurio Chile. | Prensa/Digital | $ 101.301.678 |
| **Total general** | | | **$ 5.138.397.818** |

1. **PROCOLOMBIA - Eventos internacionales captados informados a ProColombia (congresos, Convenciones, Incentivos, etc.)**

**Avance acumulado (mayo): 166 eventos captados**

Durante el mes de mayo de 2024, se continuó con la promoción de Colombia como sede para la realización de eventos internacionales. Como resultado del contacto, seguimiento y acompañamiento, los empresarios y asociaciones informaron a ProColombia la captación de 96 eventos (21 convenciones, 53 eventos generales, 16 viajes de incentivo, 5 congresos y 1 deportivo) a realizarse en los departamentos de Antioquia, Atlántico, Bolívar, Cundinamarca, Magdalena y Valle del Cauca. Los empresarios estiman que participarán más de 12.000 personas.

Por otra parte, acumulado al mes de mayo, se ha recibido información de la captación de 166 eventos (50 convenciones, 70 eventos generales, 34 viajes de incentivo, 11 congresos y 1 deportivo) a realizarse en los departamentos de Antioquia, Atlántico, Bolívar, Cundinamarca, Magdalena y Valle del Cauca, con una participación estimada superior a las 22.500 personas.

Los resultados están disponibles en ProColombia-CRM.

**Resumen por departamento para el periodo enero-mayo:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Departamento de realización del evento captado** | **Número de eventos captados** | **Número de participantes estimados** |
| Antioquia | 38 | 4.076 |
| Atlántico | 4 | 213 |
| Bolívar | 47 | 4.573 |
| Cundinamarca | 75 | 13.624 |
| Magdalena | 1 | 26 |
| Valle del Cauca | 1 | 257 |
| **Total** | 166 | 22.594 |

Fuente: Información entregada por empresarios y asociaciones a ProColombia

**Resumen por país para el periodo enero-mayo*:***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **País de captación de evento** | **Número de eventos captados** | **Número de participantes estimados** |
| Alemania | 6 | 1.001 |
| Argentina | 8 | 2.387 |
| Austria | 2 | 138 |
| Brasil | 12 | 2.222 |
| Canadá | 5 | 363 |
| Chile | 2 | 355 |
| Costa Rica | 2 | 1.573 |
| Ecuador | 7 | 528 |
| España | 3 | 162 |
| Estados Unidos | 72 | 9.649 |
| Francia | 9 | 316 |
| Guatemala | 1 | 206 |
| Honduras | 1 | 79 |
| Israel | 2 | 110 |
| Italia | 2 | 46 |
| Japón | 1 | 12 |
| México | 11 | 1.415 |
| Panamá | 5 | 763 |
| Perú | 2 | 225 |
| Polonia | 1 | 41 |
| Portugal | 1 | 40 |
| Reino Unido | 2 | 90 |
| República Dominicana | 4 | 206 |
| Sudáfrica | 1 | 22 |
| Suiza | 1 | 20 |
| Venezuela | 3 | 625 |
| **Total** | 166 | 22.594 |

Fuente: Información entregada por empresarios y asociaciones a ProColombia

\*La información del municipio de realización de los eventos captados y participantes es informada por los empresarios o asociaciones a ProColombia.

**PROCOLOMBIA - Empresas beneficiadas con servicios de ProColombia en Colombia y en el exterior**

**Empresas beneficiadas con servicios de ProColombia en Colombia y en el exterior**

**Avance a mayo:** 1.427 empresas

Para el mes de mayo, se registran servicios a 71 empresas nacionales y 341 empresas del exterior. Acumulado enero a mayo de 2024, 444 empresas nacionales de 26 departamentos y 983 empresas del exterior de 41 países recibieron servicios prestados por ProColombia.

La información está disponible en ProColombia – CRM.

**Resumen de empresas por departamento en el periodo enero-mayo:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Departamento** | **Número de empresas** |
| Amazonas | 1 |
| Antioquia | 59 |
| Atlántico | 10 |
| Bolívar | 88 |
| Boyacá | 6 |
| Caldas | 15 |
| Casanare | 3 |
| Cauca | 1 |
| Chocó | 3 |
| Córdoba | 5 |
| Cundinamarca | 123 |
| Guainía | 1 |
| Huila | 2 |
| La Guajira | 9 |
| Magdalena | 16 |
| Meta | 1 |
| Nariño | 5 |
| Norte de Santander | 2 |
| Quindío | 10 |
| Risaralda | 12 |
| San Andres y Providencia | 15 |
| Santander | 26 |
| Sucre | 4 |
| Tolima | 1 |
| Valle del Cauca | 25 |
| Vichada | 1 |
| **Total** | **444** |

**Resumen de empresas atendidas por país para el periodo enero-mayo*:***

|  |  |
| --- | --- |
| **País** | **Número de empresas** |
| Alemania | 4 |
| Argentina | 34 |
| Australia | 1 |
| Bélgica | 2 |
| Bolivia | 5 |
| Brasil | 69 |
| Canadá | 64 |
| Chile | 16 |
| China | 2 |
| Corea (Sur) Rep de | 1 |
| Costa Rica | 25 |
| Ecuador | 56 |
| El Salvador | 13 |
| Emiratos Árabes Unidos | 2 |
| España | 21 |
| Estados Unidos | 118 |
| Filipinas | 2 |
| Francia | 43 |
| Grecia | 1 |
| Guatemala | 20 |
| Honduras | 3 |
| Indonesia | 2 |
| Irlanda (Eire) | 4 |
| Italia | 5 |
| Jamaica | 1 |
| Japón | 55 |
| Malta | 1 |
| México | 28 |
| Países Bajos | 3 |
| Panamá | 18 |
| Paraguay | 7 |
| Perú | 52 |
| Polonia | 4 |
| Portugal | 32 |
| Puerto Rico | 16 |
| Reino Unido | 39 |
| República Dominicana | 17 |
| Suiza | 5 |
| Trinidad y Tobago | 1 |
| Uruguay | 6 |
| Venezuela | 185 |
| **Total** | **983** |

Nota: La información está disponible en ProColombia – CRM.

Soporte: Empresas beneficiadas con servicios de ProColombia – mayo.

**CONCLUSIONES**

La efectividad en la ejecución de una campaña de promoción turística es fundamental para el éxito de cualquier destino. A través de estrategias planificadas y ejecutadas, es posible crear un impacto significativo en la audiencia objetivo. La combinación de creatividad, investigación de mercado y uso efectivo de plataformas digitales y redes sociales puede generar un aumento notable en la visibilidad y el interés hacia el destino turístico. Además, la colaboración con los diferentes actores locales públicos y privados, la atención a los detalles y la adaptación a las tendencias cambiantes del mercado son esenciales para mantener la relevancia y la atracción a largo plazo.

Una campaña ejecutada de manera efectiva y eficiente no solo atrae a los turistas, sino que también contribuye al desarrollo económico y cultural de la región, creando un impacto positivo a largo plazo en la comunidad local y en la industria turística en su conjunto.

Para el mes de mayo 2024 se avanzó en cada una de las variables que en conjunto muestran un nivel de cumplimiento del **43%** para los 4 años de Gobierno.