CONTRATO No. 4600104161 DE 2025
PERIODO DE VERIFICACIÓN: FEBRERO DE 2025
FECHA DE ELABORACIÓN DEL INFORME: 31 DE MARZO DE 2025

CONTRATANTE:	DISTRITO ESPECIAL DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN DE MEDELLÍN – SECRETARÍA DE TURISMO Y ENTRETENIMIENTO
CONTRATISTA:	FUNDACIÓN GREATER MEDELLÍN CONVENTION & VISITORS BUREAU – OFICINA DE CONVENCIONES Y VISITANTES PARA MEDELLÍN Y ANTIOQUIA
NIT:	811.008.634-8
REPRESENTANTE LEGAL:	JULIANA CARDONA QUIROS
CÉDULA DEL REPRESENTANTE LEGAL:	21.527.034
OBJETO:	CONTRATO INTERADMINISTRATIVO PARA PRESTAR SERVICIOS EN LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES PARA LA PROMOCIÓN Y MARKETING DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN.
VALOR INICIAL:	OCHO MIL TRESCIENTOS TREINTA Y CUATRO MILLONES CINCUENTA Y SEIS MIL OCHOCIENTOS TREINTA Y OCHO PESOS M.L. ($8.334.056.838) IVA INCLUIDO
ADICIONES:	N/A
VALOR MÁS ADICIONES:	OCHO MIL TRESCIENTOS TREINTA Y CUATRO MILLONES CINCUENTA Y SEIS MIL OCHOCIENTOS TREINTA Y OCHO PESOS M.L. ($8.334.056.838) IVA INCLUIDO
DURACIÓN INICIAL:	DIEZ (10) MESES, sin exceder la presente vigencia.
AMPLIACIONES:	N/A
SUSPENSIONES:	N/A
DURACIÓN DESPUÉS DE AMPLIACIONES:	DIEZ (10) MESES, sin exceder la presente vigencia
FECHA DE INICIO:	13 de febrero de 2025

Centro Administrativo Distrital – CAD – Calle 44 No. 52 – 165
Línea Única de Atención a la Ciudadanía 44 44 144
www.medellin.gov.co
Medellín - Colombia

FECHA DE TERMINACIÓN: 12 de diciembre de 2025

Con el objeto de describir el seguimiento realizado a la ejecución del contrato 4600104161 de 2025, se presenta el Informe parcial de Supervisión del contrato de la referencia, con fundamento en la Ley 80 de 28 de julio de 1993, https://www.medellin.gov.co/normograma/docs/astrea/docs/ley_0080_1993.htm, Ley 1150 de 16 de julio de 2007, https://www.medellin.gov.co/normograma/docs/astrea/docs/ley_1150_2007.htm, Ley 1474 de 12 de julio de 2011, https://www.medellin.gov.co/normograma/docs/astrea/docs/ley_1474_2011.htm, Decreto 1082 de 26 de mayo de 2015, https://www.medellin.gov.co/normograma/docs/astrea/docs/decreto_1082_2015.htm, Decreto Municipal 835 de 2021, y demás normas que regulan la materia, previos los siguientes ítems:

1. INFORME TÉCNICO DEL CONTRATO:

- **Seguimiento al cumplimiento parcial del objeto y alcance del contrato.**

El siguiente informe contiene el reporte de seguimiento por parte de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento y la supervisión del contrato, para dar cumplimiento al objeto y al alcance del contrato, y las cuales fueron las siguientes:

- ✓ El contrato fue firmado por ambas partes en el SECOP II el día 12 de febrero y el mismo día el contratista inicia con los tramites de legalización:



- ✓ Desde el Nivel directivo de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento, se le dio inicio al contrato el SECOP II, el día 13 de febrero de 2025:



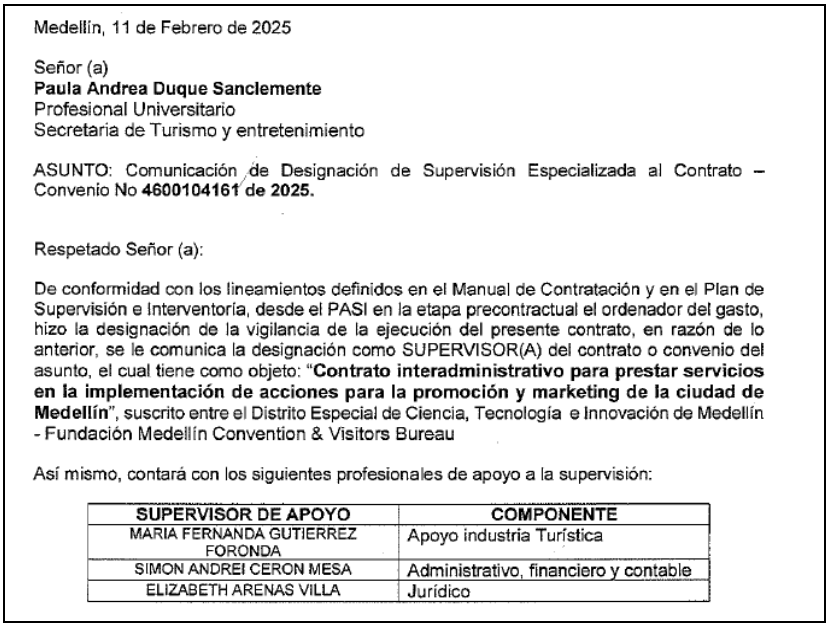
Contrato - Información general

Resumen

ID del contrato en SECOP	CO1.PCCNTR.7463674
Número del Contrato	4600104161 DE 2025
Versión del contrato	1
Objeto del contrato:	CONTRATO INTERADMINISTRATIVO PARA PRESTAR SERVICIOS EN LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES PARA LA PROMOCIÓN Y MARKETING DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN
Tipo	Otro
Fecha de inicio del contrato:	13/02/2025 7:00:00 AM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
Fecha de terminación del contrato:	12/12/2025 11:59:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
Tiempo adiciones en días	0 días
Proveedor(es) seleccionado(s)	(•) Sí ( ) No
Estado de contrato	En ejecución
Liquidación	(•) Sí ( ) No
Fecha de inicio de liquidación	12/02/2025 12:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
Fecha de liquidación	11/06/2026 12:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
Obligaciones ambientales	( ) Sí (•) No
Obligaciones pos consumo	( ) Sí (•) No
Reversión	( ) Sí (•) No

Secop 2, Inicio del Contrato N° 4600104161 de 2025

- ✓ El día 14 de febrero, se recibe correo con la designación de supervisión, se presenta pantallazo del envío del correo electrónico y del oficio de la designación de supervisor:



Medellín, 11 de Febrero de 2025

Señor (a)
Paula Andrea Duque Sanclemente
Profesional Universitario
Secretaria de Turismo y entretenimiento

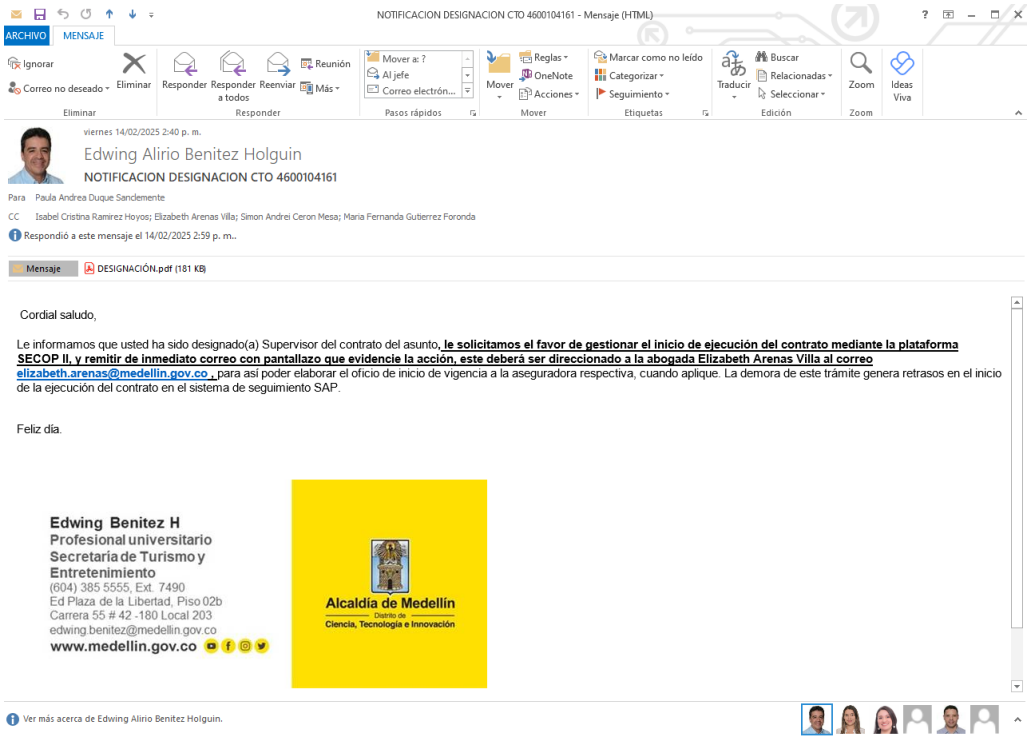
ASUNTO: Comunicación de Designación de Supervisión Especializada al Contrato – Convenio No **4600104161 de 2025.**

Respetado Señor (a):

De conformidad con los lineamientos definidos en el Manual de Contratación y en el Plan de Supervisión e Interventoría, desde el PASI en la etapa precontractual el ordenador del gasto, hizo la designación de la vigilancia de la ejecución del presente contrato, en razón de lo anterior, se le comunica la designación como SUPERVISOR(A) del contrato o convenio del asunto, el cual tiene como objeto: "**Contrato interadministrativo para prestar servicios en la implementación de acciones para la promoción y marketing de la ciudad de Medellín**", suscrito entre el Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín - Fundación Medellín Convention & Visitors Bureau

Así mismo, contará con los siguientes profesionales de apoyo a la supervisión:

SUPERVISOR DE APOYO	COMPONENTE
MARIA FERNANDA GUTIERREZ FORONDA	Apoyo industria Turística
SIMON ANDREI CERON MESA	Administrativo, financiero y contable
ELIZABETH ARENAS VILLA	Jurídico

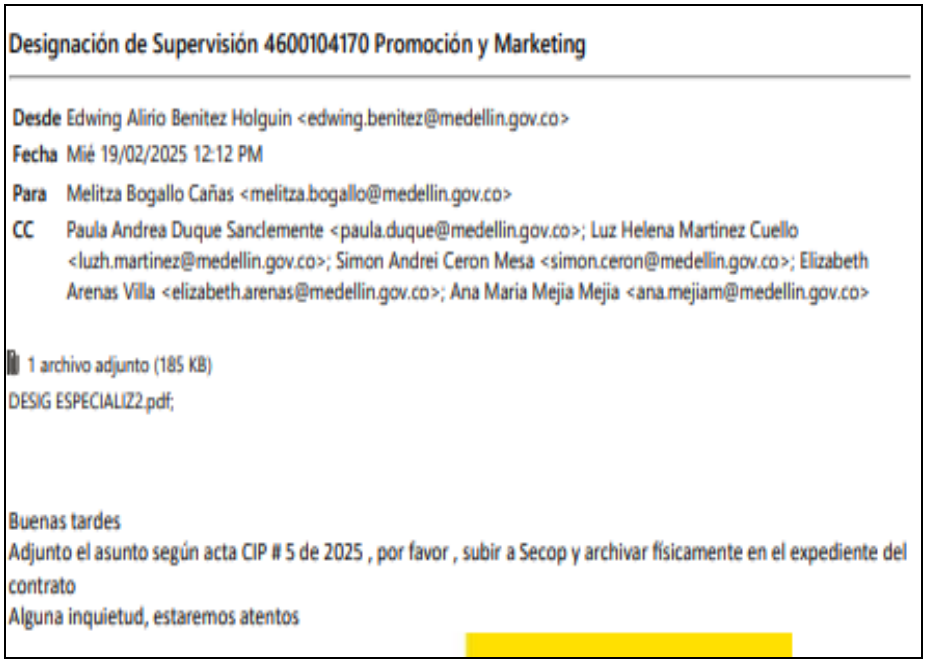


- ✓ El 17 de febrero, se realiza la primera reunión de comité técnico con el contratista, de manera presencial en las oficinas del Bureau, los principales temas en esta reunión fueron los siguientes:

- Instalación del comité técnico del contrato
- Lectura y socialización de las obligaciones de las partes contractuales: Bureau (contratista) y del Distrito (contratante).
- Presentación de entregables con los informes mensuales del contratista.
- En este comité se hace la presentación de las persona delegadas para asistir a los comités técnicos.
- Socialización del plan de trabajo,
- Socialización de los componentes definidos en los Estudios Previos para la ejecución de las actividades del contrato

Como soporte, se anexa al presente informe el acta de la reunión realizada en el mes de febrero.

- ✓ El día 19 de febrero, desde el nivel directivo deciden realizar cambios en la designación de supervisor:



Designación de Supervisión 4600104170 Promoción y Marketing

Desde Edwing Alirio Benitez Holguin <edwing.benitez@medellin.gov.co>
Fecha Mié 19/02/2025 12:12 PM
Para Melitza Bogallo Cañas <melitza.bogallo@medellin.gov.co>
CC Paula Andrea Duque Sanclemente <paula.duque@medellin.gov.co>; Luz Helena Martinez Cuello <luzh.martinez@medellin.gov.co>; Simon Andrei Ceron Mesa <simon.ceron@medellin.gov.co>; Elizabeth Arenas Villa <elizabeth.arenas@medellin.gov.co>; Ana Maria Mejia Mejia <ana.mejiam@medellin.gov.co>

1 archivo adjunto (185 KB)
DESIG ESPECIALIZ2.pdf;

Buenas tardes
Adjunto el asunto según acta CIP # 5 de 2025 , por favor , subir a Secop y archivar físicamente en el expediente del contrato
Alguna inquietud, estaremos atentos



Medellín, 18 de Febrero de 2025

Señor (a)
Melitza Bogallo Cañas
Profesional Universitario
Secretaria de Turismo y entretenimiento

ASUNTO: Comunicación de Designación de Supervisión Especializada al Contrato – Convenio No **4600104161 de 2025, según CIP 05 DE 2025**

Respetado Señor (a):

De conformidad con los lineamientos definidos en el Manual de Contratación y en el Plan de Supervisión e Interventoría, desde el PASI en la etapa precontractual el ordenador del gasto, hizo la designación de la vigilancia de la ejecución del presente contrato, en razón de lo anterior, se le comunica la designación como SUPERVISOR(A) del contrato o convenio del asunto, el cual tiene como objeto: "**Contrato interadministrativo para prestar servicios en la implementación de acciones para la promoción y marketing de la ciudad de Medellín**", suscrito entre el Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín - Fundación Medellín Convention & Visitors Bureau

Así mismo, contará con los siguientes profesionales de apoyo a la supervisión:

SUPERVISOR DE APOYO	COMPONENTE
Paula Andrea Duque Sanclemente	Apoyo industria de reuniones

APOYO A LA SUPERVISIÓN	COMPONENTE
SIMON ANDREI CERON MESA	Administrativo, financiero y contable
ELIZABETH ARENAS VILLA	Jurídico

✓ Es importante mencionar que en los Estudios Previos del contrato, se definió el siguiente alcance del objeto del contrato:

- Captar eventos nacionales e internacionales, mediante una labor comercial y de relacionamiento que genere confianza a los tomadores de decisiones para elegir a Medellín como sede de sus eventos, a través de procesos de

Prospección, Promoción, Venta y Posventa para la fidelización de clientes para futuros leads.

- Promocionar la oferta turística de la ciudad de Medellín en los mercados objetivos del destino, a través de, acciones en diferentes medios, como: ferias, activaciones, Fam trips, caravanas, presentaciones de destino entre otras acciones.
- Visibilizar a Medellín como un destino turístico en los mercados priorizados, a través de acciones de marketing digital y comunicaciones con medios de prensa y medios digitales que contengan toda la información de valor para los diferentes momentos del turista antes, durante y después de su viaje al destino.

Igualmente, para la ejecución de los recursos del contrato, se definieron en los E.P del contrato, los siguientes componentes:

- COMPONENTE INDUSTRIA DE REUNIONES: El objetivo de este componente es captar eventos nacionales e internacionales mediante una labor comercial y de relacionamiento que genere confianza a los tomadores de decisiones para elegir a Medellín como sede de sus eventos.

- COMPONENTE INDUSTRIA TURISTICA: el objetivo de este componente es atraer turistas y visitantes a la ciudad de Medellín de los mercados nacionales e internacionales, a través de acciones de marketing, comunicación y promoción turística.

Durante este periodo por parte de la supervisión del contrato se realiza seguimiento al avance de las actividades realizadas en este periodo para dar cumplimiento al objeto y alcance del contrato, teniendo en cuenta las actividades a realizar en los componentes mencionados.

- **Seguimiento al cumplimiento parcial de los requerimientos y especificaciones técnicas establecidas, teniendo en cuenta las especificaciones establecidas tanto en los estudios previos, pliego de condiciones, como en la propuesta económica.**

La supervisión vigila, controla y realiza su labor para que la ejecución y desarrollo del contrato este siempre dando respuesta a los documentos que lo soportan: Estudios Previos, Propuesta económica y pliego de condiciones.

Con la entrega del presente informe, la supervisión evidencia que las actividades desarrolladas están en concordancia con lo estipulado en estudios previos y minuta del Contrato.

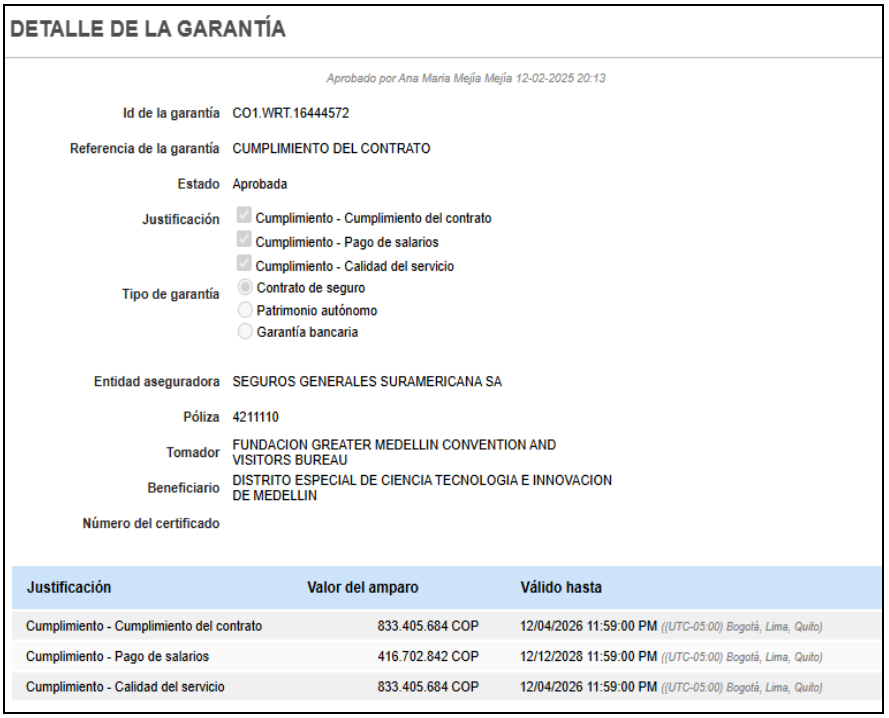
- **Seguimiento al cumplimiento de las obligaciones del contratista y del contratante establecidas en el contrato.**

En los Estudios previos y en la cláusula octava del contrato, se definieron las obligaciones de las partes, las cuales son las siguientes:

OBLIGACIONES PARA EL CONTRATISTA.

1. **Realizar dentro de los tres (3) días siguientes a la suscripción del contrato las gestiones necesarias para la legalización del mismo, así como los trámites requeridos en sus modificaciones, adiciones o prorrogas.**

El contratista envía las pólizas de garantía con fecha del 12 de febrero, para revisión y aprobación en este mismo aplicativo por parte del jurídico de la Secretaria de Turismo y Entretenimiento del Distrito:



DETALLE DE LA GARANTÍA

Aprobado por Ana Maria Mejía Mejía 12-02-2025 20:13

Id de la garantía	CO1.WRT.16444572
Referencia de la garantía	CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO
Estado	Aprobada
Justificación	☑ Cumplimiento - Cumplimiento del contrato ☑ Cumplimiento - Pago de salarios ☑ Cumplimiento - Calidad del servicio
Tipo de garantía	◉ Contrato de seguro ○ Patrimonio autónomo ○ Garantía bancaria
Entidad aseguradora	SEGUROS GENERALES SURAMERICANA SA
Póliza	4211110
Tomador	FUNDACION GREATER MEDELLIN CONVENTION AND VISITORS BUREAU
Beneficiario	DISTRITO ESPECIAL DE CIENCIA TECNOLOGIA E INNOVACION DE MEDELLIN
Número del certificado	

Justificación	Valor del amparo	Válido hasta
Cumplimiento - Cumplimiento del contrato	833.405.684 COP	12/04/2026 11:59:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
Cumplimiento - Pago de salarios	416.702.842 COP	12/12/2028 11:59:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
Cumplimiento - Calidad del servicio	833.405.684 COP	12/04/2026 11:59:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*

2. **Cumplir con lo dispuesto en los estudios previos según las especificaciones técnicas, los requerimientos contractuales establecidos y la propuesta técnica presentada.**

El contratista cumplió con las especificaciones técnicas descritas tanto en la propuesta técnica presentada, como en los Estudios Previos y el contrato, y como soporte y evidencias presentó el informe con las respectivas evidencias de las actividades realizadas en el mes de febrero

3. **Presentar dentro de los primeros 5 días hábiles de cada mes el cronograma proyectado de actividades del mes en curso, como herramienta de seguimiento continuo por parte de la supervisión.**

El contratista presentó el cronograma inicial para las actividades del contrato, esta herramienta será consultada constantemente por la supervisión, para realizar el adecuado seguimiento en la ejecución mensual del contrato.

4. **Designar por escrito las personas que representen a la entidad MANDATARIO ante el Comité Técnico para la toma de decisiones y seguimiento al contrato.**

El día 19 de febrero la supervisión recibió oficio donde el Bureau, notifica por escrito las personas que participarán en los comités técnicos que se realizarán en el marco del contrato:



GREATER MEDELLÍN CONVENTION & VISITORS BUREAU

Medellín, febrero 19 de 2025

Señora
PAULA DUQUE SANCLEMENTE
Profesional Universitaria Secretaría de Turismo
DISTRITO DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN DE MEDELLLÍN
La ciudad

Asunto: notificación de delegados al Comité Técnico del contrato de prestación de servicios N° 4600104161 de 2025

Reciba un cordial saludo,

Atendiendo a las obligaciones del contrato de prestación de servicios No. 4600104161 de 2025 cuyo objeto es: *contrato interadministrativo para prestar servicios en la implementación de acciones para la promoción y marketing de la ciudad de Medellín*, La Fundación Greater Medellín Conventions and Visitors Bureau, en calidad de contratista, realiza la notificación de los delegados al Comité técnico indicando el conducto regular para solicitudes específicas:

- **Juliana Cardona Quiros –** Directora Ejecutiva
- **Manuela Álvarez –** Ejecutiva de Investigación en representación de la Dirección de Marketing - Industria de Reuniones, hasta que se haga nombramiento de la Dirección.
- **Maira Alejandra Ortiz Cruz** – Directora de Marketing – Industria Turística
- **Catalina Arango Builes –** Coordinadora de Comunicaciones
- **Jennifer Cristina Gómez Loaiza –** Profesional de Proyectos Estratégicos

5. **Asumir la dirección, coordinación y ejecución de las diferentes actividades que se desarrollen en el marco del Contrato, ejerciendo el debido control a los recursos.**

Durante el presente periodo se ha evidenciado que el contratista ejerce una buena coordinación y ejecución de las diferentes actividades a desarrollar en el marco del Contrato, con el fin de ejercer el debido control a los recursos del contrato.

6. **Garantizar el recurso humano idóneo requerido para lograr el impacto esperado. Así mismo los demás recursos (logísticos, técnicos, tecnológicos, físicos, entre otros) para el logro de los objetivos propuestos.**

El contratista, cuenta con el recurso humano idóneo para la ejecución del contrato, así mismo cuenta con las herramientas y recursos técnicos, tecnológicos, físicos, y logísticos para la ejecución del contrato y prestación del servicio de manera adecuada.

7. **Socializar el plan de trabajo detallado a ejecutar durante la duración del contrato con los responsables por parte de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento. Igualmente se deberá socializar con el equipo de trabajo designado por el MANDATARIO.**

El día 17 de febrero de 2025, en la reunión del comité técnico N°1, el Bureau presentó el plan de trabajo, socializando las actividades a realizar en el marco del contrato y teniendo en cuenta los componentes definidos en los estudios previos del contrato.

PLAN DE TRABAJO CONTRATO INTERADMINISTRATIVO NÚMERO 4600104161 DE 2025: PRESTAR SERVICIOS EN LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES PARA LA PROMOCIÓN Y MARKETING DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN

MEDELLÍN BUREAU

COMPONENTE	OBJETIVO	ACCIONES	ACTIVIDADES	Entregables	Unidad de medida	Cantidad	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Consolidado	Cumplimiento
INDUSTRIA DE REUNIONES	Captar eventos nacionales e internacionales mediante una labor comercial y de relacionamiento que genere confianza a los tomadores de decisiones para elegir a Medellín como sede de sus eventos.	Prospección	**Desarrollar consultoría para el fortalecimiento de la industria de turismo de reuniones en Medellín.** La consultoría se abordará en temas como la identificación de leds a la medida, maximización de la estrategia de captación de congresos internacionales.	Consultoría de la industria de reuniones realizada	Número de consultorías realizadas	1		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	0	0%
			Usar 3 herramientas de IA para la optimización del proceso de prospección. listas, bases de datos y herramientas de minería de datos para mejorar y facilitar los procesos de investigación y generación de leads para la captación de eventos.	Herramientas de IA adquiridas e implementadas	Número de herramientas de IA adquiridas	3	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	0	0%
			Participar en las principales asociaciones de la industria de reuniones para aportar a la profesionalización, el desarrollo del destino y el intercambio de conocimiento con otros destinos y organizaciones del sector y promover el relacionamiento para incrementar el potencial de captación.	Participación de la ciudad en asociaciones internacionales de la industria de reuniones	Número de asociaciones de las que hace parte la ciudad	6		X		X	X	X					X	0	0%
			Participar en rueda de negocios y workshops internacionales que permiten la identificación de leads potenciales y la promoción de la ciudad en los escenarios internacionales.	Participación de la ciudad en ruedas de negocios y/o workshops internacionales	Número de participaciones en ruedas de negocios y/o workshops internacionales	4				X			X	X	X			0	0%
			Realizar visitas de relacionamiento nacionales y locales con aliados estratégicos de la industria de reuniones: asociaciones, OPCs, casas de incentivos y otros, con el objetivo de articular esfuerzos, identificar oportunidades de trabajo conjunto.	Visitas de relacionamiento con aliados locales y/o nacionales realizadas	Número de visitas de relacionamiento locales y/o nacionales realizadas	500	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	0	0%
			Realizar visitas comerciales en el mercado internacional para conseguir leads y hacer promoción de Medellín como destino de congresos, eventos y ferias.	Visitas comerciales para el mercado internacional realizadas	Número de agendas comerciales internacionales realizadas	2				X			X					0	0%
			Participar en ferias y/o eventos nacionales especializados en la industria de reuniones para generar leads de eventos potenciales para captar para Medellín.	Participación de la ciudad en eventos y/o ferias nacionales de la industria de reuniones	Número de participaciones en eventos y/o ferias nacionales	4	X			X				X	X			0	0%
			Participar en ferias y/o eventos Internacionales especializados de la industria de reuniones para tener citas comerciales que permitan la consecución de leads. Cada feria tendrá un plan de medios digital que permita divulgar el desarrollo de la actividad.	Participación de la ciudad en eventos y/o ferias internacionales de la industria de reuniones	Número de participaciones en eventos y/o ferias internacionales	8				X	X	X	X	X	X			0	0%
				Planes de medios digitales de las participaciones en ferias internacionales realizados	Número de planes de medios digitales de las participaciones en ferias internacionales realizados	8				X	X	X	X	X	X			0	0%
				Participación en ferias de reuniones desarrolladas en conjunto con empresarios de la ciudad	Número de apoyos entregado a un empresario para la participación en ferias	1				X	X	X	X	X	X			0	0%
			Articular con empresarios para la realización conjunta de fam trips del segmento de reuniones orientados a la potenciales compradores	Acciones de fam trip para reuniones desarrolladas con empresarios	Número de acciones de fam trip con empresarios	5	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	0	0%
			Participar en eventos especializados de la industria de turismo de reuniones conforme plan de trabajo que se defina con aliado estratégico	Participación de la ciudad en eventos especializados de la industria de reuniones con aliado estratégico	Número de participaciones en eventos especializados de la industria de reuniones con aliados estratégicos	4		X			X			X			X	0	0%
			Realizar sesiones estratégicas con grupos de interés para la ciudad y la articulación de diferentes actores para la captación de eventos y la generación de leads.	Sesiones estratégicas con grupos de interés para la captación de eventos	Número de sesiones estratégicas con grupos de interés realizadas	3			X		X		X					0	0%
			Implementar herramienta de medición del impacto de la industria de reuniones	Herramienta de medición de la industria de reuniones implementada	Número de herramientas de medición de la industria de reuniones implementadas	1		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	0	0%
		Postulación y captación	**Realizar candidaturas y postulaciones de la ciudad como sede de eventos.** Se utilizan herramientas audiovisuales para aportar de manera gráfica la información presentada sobre la ciudad.	Candidaturas de la ciudad como sede de eventos realizadas	Número de candidaturas de la ciudad como sede de eventos realizadas	150	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	0	0%
			Realizar visitas de inspección pre y post captación por parte de los organizadores de eventos para conocer y evaluar la infraestructura de la ciudad como herramienta para la toma de decisiones de los organizadores del evento.	Visitas de inspección con organizadores de eventos realizadas	Número de visitas de inspección con organizadores de eventos realizadas	100	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	0	0%
			Gestionar el desembolso de los derechos de participación de un evento captado para la ciudad con impacto internacional.	Derechos de participación de evento captado desembolsado	Número de derechos de participación	1					X							0	0%
			Articular acciones con OPC's para fortalecer el proceso de captación de eventos de ciudad	Apoyos entregados a eventos a través de la OPCs para la captación	Número de eventos apoyados a través de OPCs	15	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	0	0%
		Promoción para la captación	**Estructurar y ejecutar planes de medios para los grandes eventos de ciudad captados**	Plan de medios que incluye: canales, medios y cronograma bajo el tema de grandes eventos de ciudad captados.	Número de planes de medios para grandes eventos de ciudad captados	1										X		0	0%
			Ejecutar acciones de promoción a los eventos captados con el fin de visibilizar la ciudad como sede del evento en su próxima versión	Acciones de promoción en eventos captados realizadas	Número de acciones de promoción en eventos captados realizadas	20	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	0	0%
			Apoyo a los organizadores de los eventos captados	Eventos captados apoyados	Número de eventos captados apoyados	40	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	0	0%
			Idear y ejecutar producciones audiovisuales para la promoción de la industria de reuniones. Se incluye un video general de ciudad y la producción de videos personalizados que acompañen los procesos de candidatura y postulación de la ciudad.	Producciones audiovisuales para la industria de reuniones realizadas	Número de producciones audiovisuales para la industria de reuniones realizadas	7			X	X	X	X	X	X	X			0	0%
		Acciones de legado	**Visitas de Relacionamiento para legado e identificación de nuevos proveedores del proceso de legado**	Visitas de relacionacionamiento para legado realizadas	Número de visitas de relacionamiento para legado realizadas	50			X	X	X	X	X	X	X			0	0%
					Número de catalogo de legado actualizado	1		X	X	X	X	X	X	X	X	X		0	0%
			Realizar y ejecutar campaña estratégica de marketing, esta incluye: brief estratégico, conceptualización creativa e insight, rational creativo (guión), key visual (aplicación de marca) y toolkit de campaña (banco de imágenes, videos y textos).	Brief estratégico de campaña de promoción anual , que incluye: ideación de campaña, contexto y datos principales, mercados y públicos a impactar, objetivos estratégicos, indicadores clave.	Número de Briefs estratégicos de campaña	1	X											0	0%
				Conceptualización creativa, que incluye: hallazgos principales, insights, nombre de la campaña, palabras clave SEO, claim con variaciones y racional creativo.	Número de conceptualizaciones creativas	1		X										0	0%
				Toolkit audiovisual para la campaña publicitaria, que incluye: guion de destino, animaciones de claim de campaña, video general de campaña, 3 spots publicitarios, banco de 20 fotos de ciudad y reel en crudo con tomas de ciudad.	Número de Tool kit de campaña	1		X										0	0%
INDUSTRIA TURÍSTICA	Atraer turistas y visitantes a la ciudad de Medellín de los mercados nacionales e internacionales	Marketing Digital		Key visual de la campaña de acuerdo a la marca ciudad Medellín aquí todo florece, que incluye: diseño y aplicación de la conceptualización creativa (claim y copies principales), aplicación de paleta de color para la campaña, aplicación de diagramación para la campaña, generación formatos y mockups para diferentes piezas publicitarias, adicional el diseño y producción de material publicitario en pequeño formato P.O.P de la campaña.	Número de Key visual de campaña	1		X										0	0%
				Kit Publicitario de campaña que incluya material pop pequeño formato para principales actores de la industria del turismo y el entretenimiento, como habladoras.	Cantidad de elementos a producir	250		X										0	0%
			Administración del ecosistema digital de Medellín.Travel: soporte tecnológico que garantice el correcto funcionamiento del sitio web y el aplicativo móvil. Se incluye: soporte técnico, actualización de dominios, plugins y herramientas de funcionamiento, gestión de base de datos, gestión de dashboards y plataformas de resultados.	Sitio de web y aplicación móvil de medellin.travel administrados durante 11 meses.	Informe de administración y soporte técnico mensual	10	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	0	0%
			Plan de medios digitales que considere las especificaciones de publicación de contenidos orgánicos con estrategia SEO y pautados en los medios propios (redes sociales, aplicación y sitio web) para la actualización constante de información turística de valor sobre el destino. Incluye el presupuesto SEM en canales propios.	Planes de medios digitales para el destino	Número de planes de medios generados	10		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	0	0%
			Generación de contenidos para medios ATL, BTL y Digital: diseño, audiovisuales y escritos para medios ATL, BTL y DIGITAL, esto incluye: pre-producción, producción, post-producción en inglés y español, como insumo para los diferentes canales y formatos establecidos para la difusión y promoción del destino.	Pantilla de contenidos con canales, formatos y especificación técnica	Número de pantillas de contenidos	10		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	0	0%
			Planeador de viaje en la web de medellin.travel: que le permita al turista acceder a información turística personalizada que guíe su experiencia por la ciudad de acuerdo a sus necesidades y deseos en la etapa de preparación de viaje.	Planeador de viaje en medellin.travel en inglés y español desarrollado	Número de planeadores de viaje desarrollados	1					X							0	0%
			Chat Bot: creación de un chatbot de WhatsApp dirigido al público de medellin.travel alimentado con inteligencia artificial y activo dentro de la web.	Chatbot implementado en inglés y español	Número de chatbots entregados	1					X							0	0%
			Reestructuración de la arquitectura del sitio web medellin.travel para ampliar el espectro de público, que incluye: micrositio de turismo vacacional, micrositio para la industria de reuniones, micrositio turismo locales y micrositio de marca ciudad	Micrositios realizados en medellin.travel en inglés y español	Cantidad de micrositios en medellin.travel en versión inglés y español	2				X								0	0%
		Promoción (Acciones BTL)	**Realizar reuniones y/o visitas de encadenamiento con empresarios locales y nacionales, para visibilizar nueva oferta del territorio ante operadores, agencias y Dmc's**	Reuniones con actores locales y nacionales	Número de reuniones realizadas	10		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	0	0%
			Participar en ferias y eventos nacionales del segmento vacacional. Se incluye la participación en la Vitrina Turística de ANATO y el montaje y desmontaje del stand, Participación de la ciudad en eventos como: Congreso de Anato, Encuentro Receptivo de ANATO y Encuentro de COTELCO	Participación de la ciudad en ferias y/o eventos nacionales	Número de participaciones en ferias y/o eventos nacionales	4	X						X		X	X		0	0%
			Participar en ferias y eventos para el mercado internacional del segmento vacacional como: Colombia Travel Mart, WTM Brasil y USTOA. Incluye plan de medios para dos ferias internacionales.	Participación de la ciudad en ferias y/o eventos internacionales	Número de participaciones en ferias y/o eventos internacionales	3	X			X								X	0	0%
				Plan de medios ejecutados en el marco de la participación en ferias y/o eventos internacionales	Número de planes de medios ejecutados durante participación en ferias y/o eventos internacionales	2				X					X			0	0%
			Activaciones de promoción del destino en mercados priorizados	Activaciones de destino realizadas	Número de activaciones de destino realizadas	2				X	X							0	0%
			Realizar gestión comercial de la ciudad como destino turístico a nivel internacional	Acciones comerciales en mercados internacionales realizadas	Número de acciones comerciales en mercados internacionales	3								X	X	X		0	0%
			Articular con empresarios para la realización conjunta de fam trips del segmento vacacional	Acciones de fam trip desarrolladas con empresarios	Número de acciones de fam trip con empresarios	10	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		0	0%
			Realizar estrategia de visibilidad con anfitriones recorridos y/o experiencias de ciudad con actores estratégicos nacionales e internacionales	Recorridos y/o experiencias de ciudad con anfitriones realizadas	Número de recorridos y/o experiencias de ciudad con anfitriones realizadas	5		X			X		X		X			0	0%
		Comunicaciones (Acciones ATL)	**Gestión con medios de comunicación:** realizar cobertura periodística, a través de la elaboración de kits de prensa, dirigido a medios de comunicación. Amplificación de contenidos de valor noticiosos a través de medios y agencias especializadas	Kits de prensa con contenidos noticiosos	Número de kits de prensa enviados	10	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		0	0%
				Contenidos noticiosos difundidos en agencias especializadas	Número de contenidos noticiosos difundidos a través de agencias especializadas	3			X			X			X			0	0%
			Articulación con empresarios para la realización conjunta de prensa trips de ciudad	Acciones de prensa trip desarrolladas en el destino	Número de acciones de prensa trip con empresarios	8			X	X	X	X		X	X		X	X	0	0%
			Publicación en revistas especializadas de turismo	Publicación en revista especializada	Número de publicaciones en revista especializada	1								X					0	0%
			Publicación en medios especializados de la industria vacacional	Contenido publicado en medios especializados	Número de contenidos publicados en medios especializados	2				X					X				0	0%
			Acciones de comunicación y relacionamiento con aerolíneas	Acciones de relacionamiento con aerolíneas	Número de acciones desarrolladas con aerolíneas	5	X			X		X		X		X			0	0%
			Monitoreo de publicaciones en medios internacionales	Valoración de free press en medios internacionales	Número de valoraciones free press en medios internacionales realizadas	10		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	0	0%

Juliana Cardona

JULIANA CARDONA QUIROS
Director Ejecutivo
FUNDACIÓN GREATER MEDELLÍN CONVENTIONS AND VISITORS BUREAU
Febrero de 2025

Plan de trabajo, presentado en febrero 2025

8. **Coordinar con el supervisor cualquier novedad que se pueda presentar frente al plan de trabajo, haciendo los ajustes que sean requeridos sin afectar los objetivos propuestos planteados en las especificaciones técnicas.**

   A la fecha, el contratista ha coordinado con el supervisor del contrato las novedades que se han presentado frente al plan de trabajo, haciendo los ajustes requeridos para no afectar el objeto del contrato, ni las especificaciones técnicas.

9. **Entregar los informes mensuales que den cuenta del cumplimiento a cabalidad y de manera oportuna con las actividades planteadas en el plan de trabajo, con los productos definidos, según lo establecido en los estudios previos y sus anexos.**

   El contratista presentó de manera oportuna el informe de seguimiento correspondiente al mes de febrero con sus respectivos soportes y evidencias, dando cuenta del cumplimiento de las actividades acordadas para dar cumplimiento al objeto del contrato.

10. **La ejecución física del contrato deberá ser conforme con los componentes establecidos en los estudios previos, presupuesto y plan de trabajo detallado.**

    Durante el periodo de febrero, el contratista presentó ejecución física de acuerdo a las actividades descritas en los componentes establecidos en los estudios previos, el presupuesto y plan de trabajo establecido para el contrato.

11. **Llevar registro escrito y fotográfico con evidencia de la fecha y hora, relacionando todas las actividades del Contrato que sirva como fuente de verificación de las mismas.**

    El contratista ha presentado con el informe del mes de febrero evidencias de los registros escritos y fotográficos de las actividades realizadas en este periodo.

12. **Trabajar en forma conjunta con el personal técnico de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento del Distrito de Medellín en el cumplimiento de los objetivos, para garantizar un proceso participativo de construcción y de transferencia de conocimientos y experiencias y lograr el objeto del presente contrato.**

El contratista ha trabajado de forma conjunta con el personal técnico de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento del Distrito de Medellín, para el cumplimiento del objeto del contrato, y garantizar así un proceso participativo de construcción y de transferencia de conocimientos.

13. **Suministrar todo el material digital (requerido para la realización de las actividades) del contrato y toda la logística para la plena operación de éste, garantizando la cantidad, calidad de contenido y presentación.**

    El contratista ha estado siempre dispuesto a suministrar todo el material digital requerido para realizar las actividades del Contrato, garantizando en todo momento la calidad en el contenido y las presentaciones.

14. **Todos los materiales, contenidos y piezas comunicacionales deben ser enviados al área de comunicaciones de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento para ser revisadas y aprobadas, de acuerdo a los procedimientos definidos por la Secretaría de Comunicaciones.**

    El contratista ha cumplido con esta obligación y la supervisión está atenta a su cumplimiento.

15. **Incorporar en las piezas publicitarias, los elementos audiovisuales e impresos, los criterios que contempla el Manual de Imagen Corporativa del Distrito de Medellín y seguir los lineamientos de la Alcaldía de Medellín en materia de Comunicaciones.**

    El contratista ha cumplido con esta obligación y la supervisión está atenta a su cumplimiento.

16. **La marca de ciudad seleccionada en el año 2021 "Medellín, aquí todo Florece" debe estar presente en todas las estrategias, herramientas y actividades comunicacionales del contrato según el direccionamiento dado por la Secretaría de Comunicaciones del Distrito de Medellín, por lo cual su aplicación deberá ser tenida en cuenta según los manuales de uso entregados, de igual forma la presencia de diferentes marcas o logos de entidades deberá ser concertado con la Secretaría de Turismo y Entretenimiento quien a su vez se apoya en la Secretaría de Comunicaciones para emitir un concepto final frente al tema.**

    En las actividades que se realizaron en el mes de febrero, se cumplió con la implementación de la Marca de ciudad.

17. **Documentar la información necesaria para alimentar los indicadores de impacto definidos por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento, que permitan dar cuenta de una gestión tanto cuantitativa como cualitativamente.**

    La supervisión está atenta al cumplimiento de esta obligación, para reportar a tiempo los indicadores de impacto definidos por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.

18. **Entregar los primeros cinco (5) días de cada mes los informes respectivos para los reportes de indicadores del Plan de Acción y Plan Indicativo relacionados al Contrato.**

    La supervisión está atenta al cumplimiento de esta obligación, para reportar a tiempo los indicadores de impacto definidos por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.

19. **Tramitar oportunamente las facturas, entregando con ellas los certificados de paz y salvo de los aportes a la seguridad social, riesgos laborales y parafiscales (en caso de aplicar según la modalidad del contrato), el certificado debe ser suscrito y firmado por el revisor fiscal o contador público y representante legal. Así mismo la factura deberá estar soportada con el informe del periodo de pago y los documentos que den cuenta de la correcta y oportuna ejecución del contrato y de los productos entregados, informe que deberá tener la firma del representante legal o su delegado y con el visto bueno del supervisor del contrato.**

    Durante el mes de febrero no se tramitaron pagos con el contratista.

20. **Defender en todas sus actuaciones los intereses de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento, y obrar con lealtad y buena fe en todas las etapas del contrato, así mismo informar oportunamente sobre cualquier situación que pueda poner en riesgo la ejecución del contrato.**

    A la fecha, el contratista ha obrado con lealtad y buena fe durante la ejecución del contrato, y no ha informado sobre situaciones que puedan poner en riesgo la ejecución del contrato.

21. **La entidad ejecutora del proceso será responsable de mantener la reserva y confidencialidad de la información que obtenga como**

consecuencia de las actividades que desarrolle para el cumplimiento del objeto del mismo.

A la fecha, el contratista ha mantenido reserva y confidencialidad de toda la información obtenida durante la ejecución del contrato.

22. **Toda la información y bases de datos obtenidos durante la ejecución del presente contrato son de propiedad del Distrito de Medellín, Secretaría de Turismo y Entretenimiento y no podrá ser utilizada para ningún otro objeto que no sea autorizado.**

    Esta obligación se ha mantenido presente durante la ejecución del contrato y la supervisión está atenta a su cumplimiento.

23. **Diligenciar todos los formatos solicitados desde gestión de calidad de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento, los cuales será responsabilidad del supervisor suministrar oportunamente. Todas las actividades del contrato deben estar soportadas en los formatos de calidad sin excepción alguna, como listados de asistencia, actas de reunión, entre otros.**

    A la fecha el contratista ha diligenciado los formatos de gestión de calidad de manera correcta y han sido enviados a la supervisión oportunamente.

24. **Anuar esfuerzos técnicos y financieros en el marco del presente contrato para la presentación y posterior ejecución de proyectos FONTUR.**

    A la fecha está obligación no aplica.

25. **Acreditar la afiliación obligatoria y pago actualizado al Sistema General de Seguridad Social Integral del personal que requiera en desarrollo del Contrato, conforme al artículo 182 de la Ley 100 de 1993, Ley 789 de 2002, Decreto 1703 de 2002, ley 1150 de 2007 y demás normas complementarias, so pena de hacerse acreedor a las sanciones establecidas en las normas citadas.**

    El contratista, envió certificado de los aportes al Sistema General de Seguridad Social Integral de la entidad, correspondiente al mes de febrero de 2025, acreditando la afiliación y pago actualizado del personal de la entidad y del personal requerido para el desarrollo del contrato.

26. Cumplir a cabalidad con los protocolos establecidos para el tratamiento de datos personales señalados en la Ley 1581 de 2012.

El contratista ha cumplido con los protocolos establecidos para el tratamiento de datos personales señalados en la Ley 1581 de 2012.

27. Entregar en el informe final la memoria y registro de todo el proceso para presentar como histórico del mismo, con todos los soportes requeridos; este informe debe presentarse con un máximo de 15 días después de la fecha de terminación del contrato.

A la fecha no aplica, no obstante la supervisión está atenta al cumplimiento de esta obligación después de la fecha de terminación del contrato.

28. Obligaciones del MANDATARIO referente al cumplimiento del sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo (SG-SST). El MANDATARIO debe cumplir las disposiciones contempladas en el Decreto 1072 de 2015 y la Resolución 0312 de 2019 y las demás disposiciones vigentes en materia de Seguridad Social y Seguridad y Salud en el Trabajo. Esta obligación será verificada por el (los) supervisores, con los siguientes documentos:

- **La Autoevaluación del SGSST o autoevaluaciones del año en curso. Conforme a los resultados de la autoevaluación que aporte el MANDATARIO.**
- **Éste asume unas obligaciones que están expresas en el artículo 28 Resolución 0312 de 2019, las cuales serán verificadas por el supervisor según sea el caso.**
- **Plan de Trabajo del SG-SST acorde a la autoevaluación o autoevaluaciones del año en curso.**
- **El MANDATARIO, deberá acreditar que todo el personal que utilice en la ejecución del contrato se encuentra afiliado a los sistemas de pensiones, salud y ARP; al momento del perfeccionamiento del contrato y en cada pago que se haga del mismo.**

La supervisión verifica el cumplimiento de esta obligación, y recibió a satisfacción la certificación del pago al Sistema General de Seguridad Social Integral del personal que se requiere para el desarrollo del Contrato.

29. Todas aquellas obligaciones que sean necesarias para la ejecución adecuada, eficiente y segura del objeto contractual.

La supervisión ha estado atenta al cumplimiento por parte del contratista de las demás obligaciones que han sido necesarias para el correcto cumplimiento de las actividades del contrato.

OBLIGACIONES DEL DISTRITO DE MEDELLIN -SECRETARÍA DE TURÍSMO Y ENTRETENIMIENTO:

1. **Asignar el supervisor del contrato, el apoyo técnico y el apoyo financiero a dicha supervisión, quienes serán los responsables de realizar la supervisión, vigilancia y control del mismo, así como hacer parte del Comité Técnico.**

   El día 14 de febrero de 2025, La Secretaría de Turismo y Entretenimiento del Distrito de Medellín, realizó la siguiente designación de supervisión para el contrato:

   - Paula Andrea Duque Sanclemente, supervisora titular, (inicial en el contrato)
   - María Fernanda Gutiérrez foronda, supervisora Suplente

   Para el día 19 de febrero de 2025, desde el nivel directivo de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento, deciden hacer cambio de la supervisión en el contrato, así:

   - Melitza Bogallo Cañas, supervisora titular, en el contrato
   - Paula Andrea Duque Sanclemente, supervisora de apoyo
   - Luz Helena Martinez Cuello, supervisora Suplente en el contrato

2. **Efectuar el pago de recursos financieros al MANDATARIO en la oportunidad y tiempos descritos, previa presentación de la documentación requerida.**

   Durante el mes de febrero no se realizaron pagos al contratista

3. **Suministrar la información que se requiera y que sea de importancia para la ejecución del contrato.**

   La supervisión brinda de manera oportuna toda la información necesaria para el desarrollo del contrato a los integrantes del equipo del Bureau.

4. **Recomendar acciones pertinentes al cumplimiento del objeto.**

La supervisión está atenta para realizar recomendaciones que busquen el logro de los objetivos. Vigila, acompaña y realiza los seguimientos respectivos al contrato.

5. **Programar o asistir a las reuniones convocadas y actividades de seguimiento y direccionamiento pare el logro de los objetivos y del objeto del contrato.**

   En este periodo se programó con el contratista las reuniones a realizar durante para hacer seguimiento en la ejecución de las actividades del contrato:

CRONOGRAMA COMITÉS DEL CONTRATO INTERADMINISTRATIVO PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS N° 4600104161 DE 2025

REUNIÓN	MES											HORARIO	PERIODICIDAD
	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC		
COMITÉ TÉCNICO DEL CONTRATO	17	21	11	23	20	18	22	19	17	21	19	8:00 am - 10:00 am	Tercer viernes de cada mes

Juliana Cardona

JULIANA CARDONA QUIROS
Directora Ejecutiva
FUNDACIÓN GREATER MEDELLÍN CONVENTIONS AND VISITORS BUREAU
Febrero de 2025

   Igualmente, el día 17 de febrero, desde la supervisión se asistió a la primera reunión, en la cual se hace la instalación del comité técnico del contrato.

6. **Enviar el manual de imagen del Distrito de Medellín el cual deberá ser tenido en cuenta por el MANDATARIO para todas las comunicaciones, presentaciones, estrategias de publicidad, promoción e información.**

   En el mes de febrero se comparte al contratista el manual de imagen del Distrito de Medellín, y la supervisión está atenta al cumplimiento de esta obligación durante toda la ejecución del contrato.

7. **Apoyar al MANDATARIO en las dificultades que puedan presentarse durante el inicio, ejecución o finalización del proceso.**

   La supervisión está siempre dispuesta a apoyar al contratista en caso de presentarse alguna dificultad y a participar en reuniones para la

construcción de planes de contingencia y/o rutas de mejoramiento, que permitan alcanzar de forma adecuada los objetivos.

8. **Hacer seguimiento a todas las actividades del contrato hasta la finalización del mismo.**

   La supervisión realiza seguimiento constante a todas las actividades que se realizan durante la ejecución del contrato.

9. **Suministrar de manera oportuna los formatos de gestión de calidad necesarios para el seguimiento y reporte de las actividades propias del mismo.**

   La supervisión brinda de manera oportuna toda la información necesaria para el desarrollo del contrato a los integrantes del equipo del Bureau, incluyendo los formatos de gestión de calidad.

- **Registro de entrega de productos e informes por parte del contratista (este informe debe ser cualitativo (calidad del producto o servicio) y cuantitativo (datos que se puedan medir y contar, productos tangibles) en el contrato se presentan los productos tangibles a entregar por cada contratista, entre otros, aplican las certificaciones del cumplimiento de actividades.**

La supervisión del contrato recibe a satisfacción el informe de actividades del mes de febrero enviado por el contratista, se presentan a continuación los avances realizados en este periodo:

COMPONENTE 1: INDUSTRIA DE REUNIONES

Medellín continúa consolidándose como un destino estratégico para el turismo MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions), gracias a su vocación natural para el turismo de reuniones y a su compromiso con el desarrollo económico, social y sostenible. A través de una estrategia integral de promoción, la ciudad busca atraer eventos nacionales e internacionales alineados con sus oportunidades de crecimiento, generando un impacto positivo mediante la ocupación hotelera, el gasto de los asistentes y el legado en conocimiento que dejan estos encuentros. Este proceso se estructura en cuatro etapas clave: prospección, promoción, venta y posventa, permitiendo posicionar a Medellín como una ciudad preparada, competitiva y conectada con las necesidades del turismo corporativo actual y futuro.

Objetivo: captar eventos nacionales e internacionales mediante una labor comercial y de relacionamiento que genere confianza a los tomadores de decisiones para elegir a Medellín como sede de sus eventos.

Indicador	Meta	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de eventos captados	100	8 – 8%	8
Eventos que dejan legado a la ciudad	0,5%	0 – 0%	0

Nombre del evento	ICCA	Fecha de confirmación sede	Año de realización	Mes de realización	Asistentes esperados
Festival Of The Diaspora	No	12/02/2025	2025	Febrero	350
XII Conferencia Bi Distrital Rotaria	No	24/02/2025	2025	Mayo	1000
Congreso Fencoopsegud	No	25/02/2024	2025	Marzo	70
Convención Dalberg 2025	No	13/02/2025	2025	Febrero	120
48° Predador Fight Championship	No	24/02/2025	2025	Marzo	2000
Colombian Meeting on High Energy Physics: COMHEP X	No	20/02/2024	2025	Diciembre	150
4 Encuentro de Rotarios Oakland 2025	No	27/02/2024	2025	Marzo	22
XIV Congreso Internacional de Ingeniería y Automatización - CIIMA 2025 -	No	20/02/2024	2025	Abril	900

ACCIÓN 1. Prospección

La prospección es la primera etapa del proceso de captación de eventos en el turismo MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions). Consiste en la identificación y generación de oportunidades mediante la investigación de eventos potenciales, el análisis de su alineación con la vocación del destino y el establecimiento de relaciones estratégicas con tomadores de decisiones. Esta fase es clave para construir una base sólida de contactos y propuestas que permitan atraer reuniones y eventos a la ciudad.

1.1.1 Desarrollar consultoría para el fortalecimiento de la industria de turismo de reuniones en Medellín.

Durante el mes de febrero no se reportan avances en esta actividad. En el mes de abril se iniciarán las gestiones con la asociación internacional ICCA con el fin de plantear el cronograma y/o plan de trabajo que permitirá avanzar en este proceso de consultoría.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de consultorías realizadas	1	0 – 0%	0

1.1.2. Usar 3 herramientas tecnológicas para la optimización del proceso de prospección

Avance uso de herramientas para la optimización del proceso de prospección

Estas herramientas facilitan la identificación de oportunidades, la gestión eficiente de contactos y el análisis de datos estratégicos, fortaleciendo así la capacidad de atracción de eventos y mejorando la toma de decisiones en la etapa inicial del proceso de captación.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de herramientas de IA adquiridas	3	3 – 100%	3

Gracias a las herramientas basadas en inteligencia artificial, como ChatGPT, KASPR y la lista de MICE Organizers, se ha logrado investigar y convertir los siguientes eventos de interés en eventos prospectos que pasarán a ser leads. Estas herramientas han permitido obtener datos muy importantes como representantes locales, contactos claves, eventos relacionados e idoneidad para la ciudad:

1. WLO CONGRESS
2. ACI-LAC/WORLD ANNUAL GENERAL ASSEMBLY CONFERENCE & EXHIBITION – WAGA
3. III ENCUENTRO DE JÓVENES DE LAS AMÉRICAS
4. INTERPACK
5. THE LOGISTICS WORLD SUMMIT & EXPO
6. EXPO ANTAD
7. API INSPECTION AND MECHANICAL INTEGRITY SUMMIT
8. INTERNATIONAL WHEAT CONGRESS
9. IUFRO ALL-DIVISION 5 - FOREST PRODUCTS CONFERENCE
10. CONGRESO DE LA ASOCIACION LATINOAMERICANA DE TORAX - ALAT
11. TCI LATIN AMERICAN CLUSTER CONFERENCE - CLAC
12. CONFERENCIA ANUAL DE LA ALIANZA GLOBAL PARA LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA - CIVICUS
13. UNITED NATIONS FRAMEWORK CLIMATE CHANGE CONFERENCE - UNFCCC COP
14. FERIA MINDTECH
15. GAMESCOM LATAM BIG FESTIVAL
16. SBC SUMMIT LATINOAMÉRICA
17. INTERNATIONAL PIG VETERINARY SOCIETY CONGRESS - IPVS

18. PORK EXPO - CONFERENCIA INTERNACIONAL SOBRE PORCICULTURA CIP
19. THE TOWN
20. MONSTERS OF ROCK
21. C6 FEST
22. POPLOAD FESTIVAL
23. COPA MUNDIAL DE LA FIFA
24. CUMBRE DEL G20
25. G7 SUMMIT
26. NATO SUMMIT - CUMBRE DE LA OTAN
27. SESION ORDINARIA DE LA ASAMBLEA GENERAL DE LA OEA
28. CONFERENCIA REGIONAL DE AMERICA LATINA DE IACBE
29. ICSW PODER CIUDADADANO
30. SIMPOSIO UNITED GLOBAL SUCCESS
31. THE FUTURE OF HEALTHCARE MEETINGS
32. SOUTH BY SOUTHWEST
33. CONGRESO DE LA FEDERACIÓN FARMACÉUTICA SUDAMERICANA - FEFAS
34. CONGRESO LATINOAMERICANO DE SEXOLOGÍA Y EDUCACIÓN SEXUAL
35. TRAVELLER´S CHOISE AWARDS TRIP ADVISOR
36. EUROPEAN CAPITAL OF SMART TOURISM
37. CAPITAL MEETING 2025

En este sentido, gracias al uso de las herramientas, se logró realizar con éxito la investigación de la agenda comercial de la Colombia Travel Mart - CTM, lo que permitió estructurar y direccionar estratégicamente cada una de las reuniones. Este enfoque optimizado no solo mejoró la calidad de los encuentros, sino que también fortaleció las oportunidades de conexión con potenciales clientes y aliados estratégicos. Como resultado, se generaron oportunidades de leads, contribuyendo al posicionamiento de la ciudad como un destino ideal para la industria de reuniones y la atracción de nuevos negocios:
Agenda CTM:

1. PALATINOS TRAVEL PALATINOTRAVELS S.A
2. NEW POLAND SP. Z.O.O.
3. NS SERVICIOS TURISTICOS SRL
4. MIS DESTINOS MAYORISTA DE TURISMO
5. CRISMARK TRAVEL SERVICE
6. EXPERT TRAVELLERS

7. TRAVEL NOW WHOLESALER
8. CTA CARMEN TRAVEL AGENCY
9. TERRA NOVA OPERADORA
10. WEDELL TRAVEL
11. WE ARE MEAT - MARKETING EVENTS AND TRAVEL
12. OFF WE GO TRAVEL
13. EXPLORA TRAVELER
14. HT GLOBAL UNITED TRAVEL HTGTRAVEL CIA.LTD

En relación con ChatGPT ha sido instrumental para la generación de información detallada y estructurada sobre cada evento. Su capacidad de procesamiento de lenguaje natural ha permitido la rápida obtención de descripciones precisas, datos de contacto y análisis de la idoneidad de eventos para la ciudad. Además, ha facilitado la creación de comunicaciones personalizadas para atraer a los organizadores de eventos.

Respecto a KASPR es una herramienta poderosa para la extracción y verificación de datos de contacto claves. Ha permitido identificar y validar información sobre representantes locales y contactos importantes, asegurando que la información obtenida sea precisa y actualizada. Esta capacidad es crucial para establecer conexiones directas y efectivas con los organizadores de eventos.

La Lista de MICE Organizers ha proporcionado un directorio exhaustivo de organizadores de eventos en el sector de reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones (MICE). Esta herramienta permite identificar y segmentar rápidamente a los organizadores de eventos de mercados como Estados Unidos, México, España, Brasil y Reino Unido, que tienen el potencial de considerar a Medellín como su próximo destino. Además, ha facilitado el acceso a una red amplia de contactos y relaciones dentro de la industria MICE.
El uso combinado de ChatGPT, KASPR y la lista de MICE Organizers ha optimizado significativamente el proceso de investigación y prospección de eventos. Estas herramientas han permitido obtener información crucial de manera eficiente, mejorando la capacidad de atraer eventos importantes a Medellín y fortaleciendo la posición de la ciudad como un destino ideal para reuniones y conferencias.

1.1.3. Participar en las principales asociaciones de la industria de reuniones

Medellín fortalece su posicionamiento como destino MICE a través de su participación activa en las principales asociaciones de la industria de reuniones. Estas membresías permiten el intercambio de conocimiento, la recopilación de

buenas prácticas, la generación de oportunidades y el fortalecimiento del relacionamiento con actores clave del sector. Además, aportan al desarrollo del destino, impulsan la inteligencia de negocios alineada con su vocación y elevan la competitividad de la ciudad en los mercados nacional e internacional.

Durante el mes de febrero no se reporta ejecuciones para esta actividad, sin embargo, en el mes de abril, se avanzará con la gestión administrativa que permite la inscripción de la ciudad en la membresía DI que permitirá acceder a muchos beneficios para la ciudad entre ellos la participación en la conferencia anual.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado de 2025	Logro mes de febrero
Número de asociaciones de las que hace parte la ciudad	6	0- 0%	0

1.1.4. Participar en rueda de negocios y/o workshops internacionales Identificación de las participaciones internacionales

Las ruedas de negocios y workshops son espacios clave de comercialización y relacionamiento que permiten posicionar a Medellín como destino de reuniones ante actores estratégicos del ámbito nacional e internacional. A través de estas plataformas, la ciudad identifica leads potenciales, promueve su oferta para eventos e incentivos y fortalece su presencia en los mercados globales. En el marco del contrato, se contempla la participación en cuatro encuentros internacionales, con el objetivo de generar oportunidades concretas de captación y visibilidad.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado de 2025	Logro mes de febrero
Número de participaciones en ruedas de negocios y/o workshops internacionales	4	0 - 0%	0

En febrero se recibió la programación de participaciones internacionales del país, a las cuales la ciudad podría presentarse como parte de las convocatorias realizadas por Procolombia. En este sentido, se revisó la programación y se avanza en la identificación de los workshops y/o ferias que resultan más estratégicos para la ciudad.

Evidencia:

Teniamos el tema de definir las fechas para los workshops que programa Procolombia, ya salieron y son los siguientes:

WORKSHOPS PROCOLOMBIA	
WorkShop Brasil	24 - 28 de junio
Workshop México	14 - 15 de mayo
RoadShow Ecuador	15 - 17 de julio
Workshop Estados Unidos	19 - 21 de mayo
Workshop Consur (Colombia)	23 - 31 de mayo
Workshop Europa	11 - 13 de junio
Workshop Chile y Perú	9 -13 de junio

Según el indicador, debemos asistir a cuatro workshops. Es necesario definir cuáles seleccionaremos y

Captura de programación de Procolombia, febrero de 2025

1.1.5. Realizar visitas de relacionamiento nacionales y locales con aliados estratégicos de la industria de reuniones

Las visitas de relacionamiento, tanto locales como nacionales, permiten fortalecer la articulación con actores clave de la industria de reuniones. A través de encuentros presenciales y virtuales con asociaciones, OPC's, casas de incentivos y representantes del mercado corporativo y académico, se identifican oportunidades de promoción conjunta y prospectos para la captación de eventos. Estas acciones aportan al posicionamiento de Medellín como destino MICE y facilitan el trabajo articulado con la cadena turística local.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado de contrato	Logro mes de febrero
Número de visitas de relacionamiento locales y/o nacionales realizadas	500	27 – 5%	27

Tipo de cita	Fecha de la cita	Nombre del evento	Nombre de la organización
Totales		**Locales: 19 | Nacionales: 8 | Total: 27**	
Local	2/14/2025	SIMPOSIO UNITED GLOBAL SUCCESS	UNITED GLOBAL SUCCESS
Local	2/21/2025	8° CONGRESO LATINOAMERICANO DE CIRUGÍA HEPATO-PÁNCREATO-BILIAR 2026	ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE CIRUGÍA HEPATO-PANCREATO-BILIAR
Local	2/27/2025	FESTIVAL OF THE DIASPORA	FOTD
Local	2/21/2025	WORLD CONGRESS OF EPIDEMIOLOGY	INTERNATIONAL ASSOCIATION OF EPIDEMIOLOGY
Local	2/28/2025	XIV CONGRESO INTERNACIONAL DE INGENIERÍA Y AUTOMATIZACIÓN - CIIMA 2025	RED RIMA
Local	2/20/2025	XIX SIMPOSIO IBEROAMERICANO DE TERMINOLOGIA - RITERM 2025	RITERM
Local	2/28/2025	CONPEHT 2025	CONFEDERACION PANAMERICANA DE ESCUELAS DE HOTELERIA
Local	2/28/2025	CONGRESO CIENTIFICO DE UNIVERSIDADES ADVENTISTAS LATINOAMERICANAS 2025	UNAC
Local	2/21/2025	X COLOMBIAN MEETING ON HIGH ENERGY PHYSICS - COMHEP X 2025	CONHEP
Local	2/28/2025	EXPO CIENCIAS LATINOAMERICANA - MILSET 2026	MILSET
Local	2/28/2025	CONGRESO INTERNACIONAL DE AMERICANISTAS - ICA 2027	SOCIEDAD AMERICANA DE FRANCIA
Local	2/20/2025	4TO ENCUENTRO INTERNACIONAL INTERCULTURARTE	BELLAS ARTES MEDELLIN
Local	2/28/2025	4TO ENCUENTRO DE ROTARIOS OAKLAND 2025	ROTARIOS ANTIOQUIA
Local	2/28/2025	VIDEO GAME BAR ASSOCIATION SUMMIT - VGBA SUMMIT 2026	VIDEO GAME BAR ASSOCIATION
Local	2/18/2025	IV PROGRAMA DE ALTA DIRECCION EN EDUCACIÓN SUPERIOR - PADES 2025	CLADEA
Local	2/13/2025	ICOTTS 2026	UNIVERSIDAD EAFIT
Local	2/18/2025	XXVIII ENCUENTRO ANUAL DE UNIVERSIDADES DE LA RED ARCA 2025	RED ARCA
Local	2/17/2025	PROCESA 2025	AICHE
Local	2/28/2025	XIII CONGRESO COLOMBIANO DE INGENIERIA AGRICOLA Y AFINES - CONCIA 2025	ASIAC
Nacional	2/14/2025	CONGRESO NACIONAL VEPA COLOMBIA	VEPA COLOMBIA
Nacional	2/14/2025	CONVENCIÓN DALBERG	AWAKE TRAVEL
Nacional	2/18/2025	CONGRESO FENCOOPSEGUD	GREEN TRAVEL
Nacional	2/25/2025	XXVIII CONFERENCIA INTERNACIONAL ASCOLFA 2025	ASCOLFA
Nacional	2/28/2025	IX ENCUENTRO INTERNACIONAL DE INVESTIGADORES DEL PROGRAMA DELFÍN	PROGRAMA DELFÍN MÉXICO
Nacional	2/28/2025	CONFERENCIA DISTRITAL ROTARIA NACIONAL 2026	COLROTARIOS
Nacional	2/20/2025	IUFRO ALL-DIVISION 5 - FOREST PRODUCTS CONFERENCE	IUFRO
Nacional	2/14/2025	X CONGRESO INTERNACIONAL DE LA CONSTRUCCIÓN DE ACERO 2025	ICCA

Centro Administrativo Distrital – CAD – Calle 44 No. 52 – 165
Línea Única de Atención a la Ciudadanía 44 44 144
www.medellin.gov.co
Medellín - Colombia

1.1.6. Realizar visitas comerciales en el mercado internacional

Como parte de la estrategia de promoción internacional, se llevarán a cabo dos visitas de relacionamiento comercial en mercados clave donde operan asociaciones y cuentas con capacidad de decisión sobre eventos internacionales. Estas visitas tienen como objetivo coordinar al menos seis citas comerciales con actores estratégicos del sector MICE, permitiendo la generación de leads y oportunidades de negocio. A través de estas acciones, se busca posicionar a Medellín como un destino competitivo para la realización de congresos, ferias y eventos internacionales, fortaleciendo su visibilidad en escenarios globales.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de agendas comerciales internacionales realizadas	2	0 - 0%	0

Durante el mes de febrero no se reportan avances en esta actividad. Una vez se definan las participaciones conforme las convocatorias de Procolombia, se plantearán agendas comerciales en estos mercados a fin de optimizar el recurso disponible, logrando una mayor eficiencia en las acciones internacionales y un impacto en los mercados objetivos.

1.1.7. Participar en ferias y/o eventos nacionales especializados en la industria de reuniones

La participación en ferias y eventos nacionales especializados fortalece la presencia de Medellín en la industria de reuniones del país. A través de estas acciones, se busca identificar leads estratégicos, generar nuevas oportunidades de captación y consolidar relaciones con asociaciones, organizadores de eventos y casas de incentivos. La ciudad participará en cuatro encuentros clave del sector, promoviendo su oferta como destino ideal para eventos corporativos y asociativos a nivel nacional.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de participaciones en eventos y/o ferias nacionales	4	1 – 25%	1

Participación en Colombia Travel Mart – Agenda Industria de Reuniones
Lugar: Bogotá, D.C.
Fecha: 26 al 28 febrero de 2025
Colombia Travel Mart (CTM) es una de las ruedas de negocios de turismo más importantes de la región, en la cual participan agencias mayoristas de turismo,

operadores profesionales de eventos, asociaciones y casas de incentivos que buscan conocer lo mejor de la oferta del turismo vacacional y de la industria de reuniones en Colombia.

Se tuvieron dos agendas, una orientada al segmento vacacional y una a la Industria de Reuniones. En lo relacionado a la agenda asociada a la industria de reuniones, se tuvieron encuentros con OPC's, asociaciones y casas de incentivos que estaban interesados en conocer la oferta de Medellín para los grupos que manejan.

Número de citas**:** se tuvieron 17 citas durante los dos días de la feria con públicos de interés de mercados como: México, Estados Unidos, Inglaterra, Paraguay, Argentina, Brasil, entre otros.

Conclusiones:

- Se logró tener contacto con casas de incentivos que están interesadas en ofrecer a Medellín como destino para eventos corporativos. Se identificaron 4 leads de grupos y eventos potenciales de la ciudad y se confirmaron dos grupos de incentivos, uno con la empresa El Corte Inglés de Perú y otro con Liberty International.
- Medellín se está fortaleciendo en el mercado internacional de incentivos y convenciones, por lo que se deben crear más estrategias que permitan potencializar las experiencias que tiene la ciudad para estos grupos específicos.

Evidencias:



Reunión con Liberty International Perú – Yuliana Ruiz, Bureau de Medellín y Antioquia; Mireya Vásquez, Liberty International, febrero 27 de 2025

1.1.8. Participar en ferias y/o eventos internacionales especializados de la industria de reuniones

Para fortalecer la promoción de Medellín como destino de eventos, la ciudad participará en ocho ferias internacionales especializadas de la industria MICE.

Estas acciones permitirán identificar tendencias del mercado, generar oportunidades de negocio y establecer contacto directo con organizadores y tomadores de decisión. La participación estará acompañada de una estrategia de comunicaciones con plan de medios digital, que visibilice el impacto de cada feria, y se apoyará la presencia de un empresario local como parte del fortalecimiento del ecosistema MICE de la ciudad.

Durante el mes de febrero no se reportan avances en esta actividad. Conforme el plan de trabajo las participaciones están proyectadas en inicio para el mes de mayo, por lo que durante el mes de abril se avanzará en la gestión de estas participaciones que se sumarán a las identificadas en la agenda de Procolombia.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de participaciones en eventos y/o ferias internacionales	8	0 - 0%	0
Número de planes de medios digitales de las participaciones en ferias internacionales	8	0 - 0%	0
Número de apoyos entregado a un empresario para la participación en ferias	1	0 - 0%	0

1.1.9. Articular con empresarios para la realización conjunta de fam trips del segmento de reuniones

Con el objetivo de promover a Medellín como destino ideal para eventos, se articularán esfuerzos con empresarios locales y nacionales para la realización de cinco fam trips. Estas visitas permitirán que potenciales compradores conozcan de primera mano la infraestructura, capacidades y experiencias que ofrece la ciudad. Además, se brindará acompañamiento a los empresarios mediante asesorías, seguimiento y evaluación, fortaleciendo así la promoción efectiva del destino y la generación de oportunidades comerciales.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de acciones de fam trip con empresarios	5	1 – 20%	1

Fam Trip CTM 2025 Incentivos Living Trips
Lugar: Medellín
Fecha: 21 al 23 de febrero 2025
En articulación con Living Trips, se ejecutó el viaje de familiarización de producto Incentivos para los mercados de: Perú, Bolivia, Ecuador, Chile, Argentina, Uruguay, Paraguay y México. Operado por Living Trips Tour Operador S.A.S.

Desde Bureau se brindó apoyo con:

- 14 kits de bienvenida compuestos de: totebag, bolsa de café, mug y phone strap
- El diseño de presentación enfocada en incentivos, la cual fue presentada a los asistentes el sábado, 22 de febrero, en el Hotel Movich Las Lomas

Conclusión: se envía presentación de destino y videos con marca ciudad, tendrán en cuenta a Medellín en sus próximos viajes, interesados en información de alborada, de feria de flores y navidad para atraer grupos para esas fechas. Se mencionó los apoyos que brindamos a compradores internacionales.

Evidencias:

- 

Cena de Bienvenida Medellín al fam trip de Incentivos en articulación con Living Trips, 23 de febrero de 2025



Entrega de kits de bienvenida a los asistentes durante presentación del Destino Medellín durante el fam trip de Incentivos, 22 de febrero de 2025.



Presentación Destino Medellín sobre incentivos, usada en el marco del fam trip con Living Trips, 22 de febrero de 2025. Link de visualización: Presentación famtrip living trips 2025.pptx. Anexo: *01. Presentacion de destino incentivos_Fam Living Trips*

1.1.10. Participar en eventos especializados de la industria de reuniones conforme plan de trabajo que se defina con la entidad Internacional.

Se proyecta la participación en cuatro eventos especializados de la industria de reuniones mediante la articulación con un aliado internacional de alto reconocimiento. Esta estrategia busca ampliar la presencia de Medellín en nuevos escenarios, fortalecer el posicionamiento del destino en mercados clave y generar una red de contactos más robusta para la prospección y captación de eventos internacionales.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de participaciones en eventos especializados de la industria de reuniones con aliados estratégicos	4	0 - 0%	0

Se avanzó en la planeación de la agenda comercial a desarrollarse en el evento SMU International que se llevará a cabo en el mes de marzo. La agenda se continuará construyendo durante el mes de marzo a fin de garantizar no solo un numero importante de citas, sino el relacionamiento con organizaciones que representen mayor oportunidad para la ciudad en materia de captación de eventos y generación de leads.

Evidencias:

#	Organización	Tipo de Organizació	Origen	Contacto	E-mail/ Teléfono	Reseña	Investigación	Notas Post Reunión
1	Designer Events, Inc	Event Planner	Pennsylvania, USA	Yvette Franklin	yvette@designereventsinc.com	Se especializa en la organización de convenciones, reuniones y viajes de incentivos, asegurando experiencias exclusivas y de alta calidad para sus clientes.	La empresa organiza entre 10 y 15 reuniones y convenciones anualmente y de 1 a 3 programas de viajes de incentivos al año. Su enfoque está en eventos a gran escala, con un fuerte énfasis en experiencias de lujo y opciones de entretenimiento. Tamaño de grupos: 500-1,000 personas. Les interesa recintos no tradicionales (se menciona que tenemos +80 entre museos, plazas, bodegas, rooftops). Les interesa hoteles en la ciudad, se puede mencionar las grandes cadenas. Presupuesto por persona: $1,000 - $2,500, $2,500 - $4,000 Tarifa objetivo por habitación: $300 - $400, $400 - $550,	
2	Absolute Events by Corrine	Event Planner	New Jersey, U.S.A	Corrine Thomas	cs@absoluteeventsbycorrine.com	Absolute Events by Corrine ofrece una amplia gama de servicios diseñados para satisfacer las necesidades específicas de sus clientes: Eventos Corporativos: Incluyen la planificación y ejecución de reuniones, conferencias, eventos de reconocimiento de empleados y apreciación de clientes, eventos de destino y de incentivos, retiros de liderazgo y bienestar, y actividades de formación de equipos. Eventos Sociales Corporativos: Organización de cenas corporativas, eventos de aniversario, galas y otros eventos sociales destinados a fortalecer las relaciones interpersonales dentro de la empresa y con sus clientes. Búsqueda de Lugares: Asistencia en la selección de ubicaciones adecuadas para eventos, aprovechando una amplia red de contactos en la	Absolute Events by Corrine organiza entre 10 y 15 reuniones y convenciones anuales, así como 1 a 3 programas de viajes de incentivos. Sus eventos incluyen: Reuniones corporativas y anuales, Eventos de incentivos y viajes de reconocimiento, Simpósiums y conferencias especializadas, Eventos sociales corporativos, Eventos en destinos internacionales. Además, la empresa trabaja con centros de convenciones y, en algunos casos, con Destination Management Companies (DMC) según las necesidades de cada evento. Absolute Events by Corrine considera a Centro y Sudamérica como una opción para sus eventos. Les interesa Hoteles Boutique y Cadenas hoteleras, mencionar que tenemos + de 500 hoteles y +27000 habitaciones y 44000 camas en Medellín. Buscan hoteles desde 100 USD a 300 USD, así que la mayoría de hoteles pueden clasificar de 5 estrellas. Les interesa tambien los	

Captura de agenda comercial parcial (en construcción), febrero de 2025.

1.1.11. Realizar sesiones estratégicas con grupos de interés para la ciudad

Se desarrollarán tres sesiones estratégicas con actores clave de la cadena de valor de la industria de reuniones en Medellín, con el propósito de socializar la estrategia de captación de eventos, los apoyos disponibles por parte de la ciudad y los mecanismos de articulación. Estas jornadas permitirán identificar oportunidades, fortalecer alianzas y consolidar una red colaborativa que impulse la atracción de eventos nacionales e internacionales.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de sesiones estratégicas con grupos de interés realizadas	3	0 - 0%	0

En el mes de febrero se avanzó en la coordinación con las universidades Luis Amigó y EAFIT la programación de las sesiones estratégicas, aun no se obtiene respuesta, sin embargo, se continuará avanzando en la programación de estos espacios que permiten identificar oportunidades de captación de eventos para la ciudad y de esta manera realizar los espacios conforme el plan de trabajo iniciarían en el mes de abril.

1.1.12. Implementar herramienta de medición del impacto de la industria de reuniones

Con el fin de visibilizar y tangibilizar el impacto económico del turismo de reuniones en Medellín, se implementará la herramienta especializada de Destinations International (#DI). Esta plataforma, operada junto a una empresa internacional experta, permitirá fortalecer la estrategia de investigación y evaluar de forma precisa los beneficios económicos generados por los eventos, aportando datos clave para la toma de decisiones y la sostenibilidad del sector.

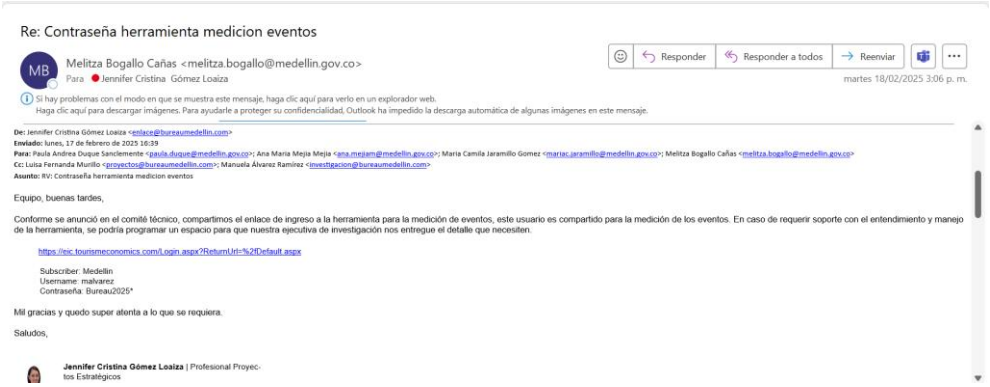
Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de herramientas de medición de la industria de reuniones implementadas	1	0 - 0%	0

Durante el mes de febrero se avanzó en la estandarización de características de la herramienta que permitirá entregar información más acertada a la hora de hacer la medición. Así mismo se entregó al SIT a través de la supervisión y de manera oficial, el acceso a la herramienta a fin de garantizar su uso y su vinculación a las mediciones realizadas desde el SIT.

Evidencias:



Captura de ajuste en la estandarización de la herramienta, febrero de 2025.



Captura envío de información al SIT sobre herramienta de medición, febrero de 2025.

ACCIÓN 2. POSTULACIÓN Y CAPTACIÓN

La postulación y captación son procesos clave para atraer eventos nacionales e internacionales a Medellín. Implican la identificación de oportunidades, la

preparación de candidaturas sólidas y el relacionamiento estratégico con tomadores de decisión. Estas acciones permiten posicionar a la ciudad como un destino competitivo en la industria MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions), generando impacto económico, visibilidad internacional y transferencia de conocimiento.

1.2.1 Realizar candidaturas y postulaciones de la ciudad como sede de eventos.

Durante el mes de febrero no se reportan avances en esta actividad dado que se está en proceso de construcción, algunas candidaturas que serán presentadas en el mes de marzo.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de candidaturas de la ciudad como sede de eventos realizadas	150	0 - 0%	0

1.2.2. Realizar visitas de inspección pre y post captación

Las visitas pre y post-captación son fundamentales para que los organizadores de eventos conozcan de primera mano la infraestructura, oferta de servicios y capacidades logísticas de Medellín. Estas visitas permiten evaluar recintos, avanzar en negociaciones con proveedores, definir detalles operativos y cumplir con los requerimientos establecidos por la ciudad. Son una herramienta clave para garantizar la toma de decisiones informada y el éxito en la realización de eventos captados.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de visitas de inspección con organizadores de eventos realizadas	100	5 – 5%	5

Visita de Inspección Congreso Nacional VEPA Colombia
Fecha: 14 de febrero de 2025
El Congreso Nacional VEPA Colombia es un evento clave en medicina veterinaria que reúne a profesionales, investigadores y académicos para compartir avances científicos y experiencias. Organizado por la Asociación Colombiana de Médicos Veterinarios de Pequeños Animales, el evento proyecta su realización en Medellín.

Durante la visita de inspección, se evaluaron hoteles con capacidad para albergar al equipo organizador, asegurando 50 habitaciones con comodidad y cercanía al

lugar del evento. Además, se consideraron opciones que cumplan con los requerimientos logísticos y de accesibilidad para los asistentes.

Lugares visitados: Terra Biohotel y Hotel Eutopiq
Lista de participantes:

- Norys Pastrana – Presidenta VEPA Colombia
- Juan José Molina - Miembro VEPA Colombia, capítulo Antioquia
- Manuela Rodriguez – Ejecutiva de Legado
- Manuela Álvarez – Ejecutiva de investigación e innovación

Conclusiones:

- Tras evaluar diversas opciones de hospedaje, Eutopiq fue el hotel que mejor se ajustó a las necesidades del evento, destacándose por su atención y servicios, por lo que se solicitó una cotización.
- Además, se compartieron los contactos de varios hoteles en las zonas de El Poblado y Laureles que cumplían con los requisitos establecidos, permitiendo al equipo organizador solicitar las cotizaciones pertinentes.



Visita de inspección Terra Biohotel, 14 de febrero de 2025

Visita de Inspección ICCA LATIN AMERICA & CARIBBEAN SUMMIT
Fecha: 17 al 20 de febrero de 2025
La Cumbre Latinoamericana y del Caribe de la ICCA (International Congress and Convention Association) es un evento clave para los profesionales de la industria de reuniones en la región. Esta cumbre reúne a líderes de congresos, convenciones y turismo de reuniones de América Latina y el Caribe, proporcionando un espacio para el intercambio de conocimientos, estrategias y mejores prácticas. A través de conferencias, talleres y oportunidades de networking, los participantes exploran tendencias, fortalecen la colaboración regional y desarrollan nuevas oportunidades de negocio para impulsar el sector MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) en sus respectivos

destinos. Reúne alrededor de 100 invitados de la industria de turismo de reuniones

Se organizó visita de inspección con Leticia Serrana, Gerente General de ICCA para Latinoamérica, con el objetivo de que esta conociera las capacidades en infraestructura de la ciudad para recibir el evento. Se visitaron recintos tradicionales y no tradicionales, restaurantes y hoteles.

Lugares visitados

- Binn Hotel
- Etro Rooftop
- Parque Explora
- Jardín Botánico
- Plaza Mayor
- Hotel Eutopiq
- Fórum de UPB
- MAMM
- Restaurante Herbario
- Hotel York Luxury Suites
- Hotel Poblado Plaza
- Novotel
- Restaurante Don Diablo
- Hotel Intercontinental
- Hotel Estelar Milla de Oro
- Museo El Castillo
- Restaurante Belisario
- Perpetuo Socorro

Conclusiones: se lograron visitar los espacios más representativos de la ciudad que pueden albergar algunas de las actividades del evento. Leticia quedó sorprendida por la naturaleza que rodea a la ciudad y su innovación, lo que hará sin duda que esta versión del Summit sea diferente. Desde ICCA enviaran un resumen de la visita de inspección con los aspectos positivos y a mejorar de la visita y cuáles serían los espacios seleccionados para albergar el evento.

Evidencias:



Visita de inspección y cena en Binn Hotel – Yuliana Ruiz, Bureau de Medellín y Antioquia; Ana María Mejía, Alcaldía de Medellín; Camilo Gómez, Binn Hotels; Leticia Serrano, ICCA; Andrés Restrepo, Procolombia, febrero 17 de 2025



Cena Restaurante Belisario – María Fátima Diazgranados, Plaza Mayor; Leticia Serrano, ICCA; José Alejandro González, Alcaldía de Medellín; Juliana Cardona, Bureau de Medellín y Antioquia, 19 de febrero de 2025

Visita de Inspección CONPEHT 2025 - CONFEDERACION PANAMERICANA DE ESCUELAS DE HOTELERIA, GASTRONOMIA Y TURISMO
Fecha: 28 de febrero del 2025
Agrupa instituciones académicas de la región iberoamericana, con el objetivo de contribuir al avance del sector turístico a nivel nacional, regional e internacional. La misión de CONPEHT incluye mejorar la calidad de los programas educativos y facilitar experiencias internacionales para profesores, estudiantes y graduados en los campos de la hotelería, gastronomía y turismo. CONPEHT organiza este evento anualmente donde promueve el intercambio de conocimientos y

experiencias entre las instituciones miembros. Este evento es una plataforma para la colaboración académica y profesional en el sector turístico.
Lugares visitados: para llevar a cabo la actividad se programó un recorrido en Plaza Mayor para reconocer los diferentes lugares donde se podría hacer la cena de clausura el último día del evento.
Conclusiones: se visitó el Gran Salón como espacio potencial para la cena, de la cotización que habían enviado se redujeron ítems para reducir los costos. Enviarán la cotización final con los ajustes realizados. Es una cena para 600 personas el 24 de octubre del 2025.
Evidencias:



Visita de inspección en Plaza Mayor para el evento: CONPEHT 2025 - CONFEDERACION PANAMERICANA DE ESCUELAS DE HOTELERIA, GASTRONOMIA Y TURISMO, 28 de febrero del 2025

Visita de Inspección XIX SIMPOSIO IBEROAMERICANO DE TERMINOLOGIA - RITERM 2025
Fecha: 20 de febrero del 2025
Reúne a terminólogos, terminógrafos, lexicógrafos, intérpretes, traductores, documentalistas, lingüistas y especialistas en las diferentes disciplinas que dan lugar a la formación de terminologías especializadas, con el objetivo de colaborar en el diagnóstico y la solución de problemas terminológicos.

Para llevar a cabo la actividad se programó un recorrido en hoteles zona poblado y zona Laureles-Estadio para validar cual sería el hotel oficial del evento, el cual van a recomendar a todos los asistentes para reservar alojamiento.

Lugares visitados:

- Hotel Dann Carlton
- Hotel Estelar Milla de Oro
- Hotel Living by Armoniko
- Terra Biohotel

Conclusiones: se revisaron opciones de hoteles en zona poblado y zona laureles-estadio, queda pendiente hacer una segunda agenda de visitas de inspección para revisar otras opciones como el Hotel Dann Carlton Belfort, el Hotel Estelar Square, Hotel Eutopiq y Hotel Tequendama. Se solicita cotizaciones para tarifas corporativas en cada uno de los hoteles visitados.

Evidencias:



Visita de inspección en Hotel Estelar Milla de Oro – Lina María Rativa Hernández como ejecutiva de ventas para el segmento académico y equipo UdeA, Alcaldía de Medellín y Bureau, febrero 20 del 2025

Visita de Inspección VI Congreso Colombiano de Bioquímica y Biología Molecular

Fecha: 13 de febrero del 2025

Congreso en el cual estudiantes e investigadores de todo el país tendrán la oportunidad de presentar sus trabajos en sesiones orales contará con la presencia de distinguidos científicos nacionales e internacionales de alto reconocimiento que presentarán hallazgos clave de investigación en bioquímica, biología molecular y otras disciplinas relacionadas

Lugares visitados:

- Hotel Indie Universe
- Fórum UPB
- Hotel Eutopiq
- Terra Biohotel
- Hotel Beminimal
- Centro de Eventos El Tesoro
- Novotel
- Parque Explora

- Hotel San Fernando Plaza
- Hotel Estelar Square

Lista de participantes:

- Ana María Escobar – directora ejecutiva – Sociedad Colombiana de Ciencias Químicas
- Patricia Martínez – Integrante comité organizador del Congreso
- Manuela Rodríguez – Ejecutiva de Impacto Social y Legado Turístico – El Bureau Medellín

Conclusión: la visita de inspección confirma que Medellín cuenta con las instalaciones adecuadas para albergar el VI Congreso Colombiano de Bioquímica y Biología Molecular en noviembre de 2025. Se evaluaron diversos hoteles y centros de eventos, garantizando que los participantes puedan disfrutar de un entorno de calidad para el intercambio académico. Este evento será una oportunidad clave para fortalecer la ciencia en Colombia, con la colaboración de destacados científicos nacionales e internacionales.

Evidencias:



Visita de inspección en Indie Universe para el evento: VI Congreso Colombiano de Bioquímica y Biología Molecular, febrero de 2025

1.2.3. Gestionar los derechos de participación de un evento captado para la ciudad con impacto internacional.

En la captación de grandes eventos especializados, es común que se requiera el pago de un fee o derecho de participación como parte del proceso competitivo para ser sede. Esta inversión estratégica permite fortalecer la postulación de Medellín, aumentar sus posibilidades de éxito y posicionarla como un destino relevante dentro del mercado internacional de la industria MICE.

Durante el mes de febrero no se reportan avances en esta actividad, se encuentra en revisión por parte del equipo, la pertinencia de los eventos a fin de definir el evento al cual se le gestionarán los derechos de participación. Entre los eventos sujetos de análisis se encuentran: el ICCA Latin American and Caribean Summit y el Encuentro Receptivo de ANATO y otros estratégicos para la ciudad.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes febrero
Número de derechos de participación	1	0 – 0%	0

1.2.4. Articular acciones con OPC's para fortalecer el proceso de captación de eventos de ciudad.

Se implementará un plan de apoyo dirigido a empresarios locales organizadores de eventos, con el fin de fortalecer su participación activa en la captación de nuevos eventos para Medellín. Esta estrategia busca incentivar el trabajo colaborativo con la cadena de valor del turismo de reuniones, aumentar el número de eventos captados y consolidar a los actores locales como aliados clave en la promoción y posicionamiento de la ciudad como destino MICE.

Durante el mes de febrero no se reportan avances en esta actividad, sin embargo, se está estructurando campaña de socialización de la estrategia con los OPC’s, en el mes de marzo se tendrán los primeros avances de ejecución de la campaña.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes febrero
Número de eventos apoyados a través de OPC's	15	0 – 0%	0

ACCIÓN 3. PROMOCIÓN PARA LA CAPTACIÓN

La promoción y captación en la industria MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) son acciones estratégicas que permiten posicionar a Medellín como un destino competitivo para la realización de eventos nacionales e internacionales. A través de la visibilización de la oferta de ciudad, el relacionamiento con tomadores de decisión y la presentación de candidaturas sólidas, se generan oportunidades concretas para atraer eventos que impulsan la economía, fortalecen la cadena de valor local y proyectan a Medellín en el mercado global de reuniones.

1.3.1. Estructurar y ejecutar planes de medios para los grandes eventos de ciudad captados

Los grandes eventos de ciudad representan una oportunidad estratégica para proyectar a Medellín como un destino internacional de reuniones. Por ello, se estructurará y ejecutará un plan de medios integral para uno de estos eventos, seleccionado en conjunto con la Secretaría de Turismo y Entretenimiento. El plan incluirá canales, medios y cronograma de difusión, incorporando acciones ATL como vallas, eucoles y pantallas digitales, con el objetivo de maximizar la visibilidad del evento y fortalecer el posicionamiento de Medellín en la industria MICE.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes febrero
Número de planes de medios para grandes eventos de ciudad captados	1	0 – 0%	0

Durante el mes de febrero no se reportan avances en esta actividad. Se encuentra en revisión por parte del equipo, la pertinencia de los eventos a fin de definir el evento que podría ser susceptible de contar con el plan de medios conforme su pertinencia e impacto para la ciudad. Inicialmente se proyecta que pueda ser el ICCA Latin American and Caribbean Summit dada la especialidad de este para la industria de reuniones.

1.3.2. Ejecutar acciones de promoción a los eventos captados

Una vez se capta un evento, se ejecutan acciones promocionales que permiten posicionar a Medellín como sede de su próxima edición. Esto incluye la participación en la versión anterior del evento con stand de ciudad, presentaciones de destino y materiales promocionales, así como la articulación con la estrategia de marca ciudad. Estas acciones fortalecen la visibilidad del evento en Medellín, apoyan la convocatoria de asistentes y consolidan su éxito, al tiempo que proyectan la ciudad en escenarios internacionales clave.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de acciones de promoción en eventos captados realizadas	20	0 – 0%	0

Durante el mes de febrero no se reportan avances en esta actividad. Esta actividad se reportará conforme la identificación de las necesidades y oportunidades que entregan los eventos en materia de promoción una vez son captados, por lo que de manera constante se coordina con los eventos la posibilidad de ejecutar estas acciones.

1.3.3. Apoyo a los organizadores de los eventos captados en la articulación con los diferentes actores de la cadena turística y empresarial local.

Como parte del acompañamiento a los eventos captados, se brindará apoyo a los organizadores en la articulación con actores clave de la cadena turística y empresarial de Medellín. Esta acción, que se ha consolidado como un valor agregado del destino, incluye la provisión de contactos estratégicos, la organización de agendas de citas con empresarios locales y asesoría personalizada para garantizar la operación exitosa del evento, fortaleciendo así el impacto económico y relacional en la ciudad.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de eventos captados apoyados	40	2 – 5%	2

Apoyo al Festival of the Diaspora
Fecha: 16 de febrero de 2025
El Festival de la Diáspora (FOTD) es un evento anual comprometido con celebrar y conectar a la humanidad promoviendo la inclusión y el impacto colectivo. En 2025, el festival se llevó a cabo en Medellín, Colombia, del 13 al 16 de febrero. Para mejorar el alcance y el impacto del festival, FOTD lanzó un Programa de Embajadores, invitando a líderes de alto perfil a servir como Embajadores oficiales de FOTD. El Festival de la Diáspora es una de las mayores convenciones de líderes de las Américas, ya que reúne anualmente a una creciente familia de partes interesadas, empresas y proyectos, principalmente asociada a comunidad afroamericana y latinos residentes en Estados Unidos. El Festival reunió a 350 asistentes durante 4 días en Medellín.

Se apoyó el evento con un show de 5 parejas de baile del Balcón de los Artistas que hicieron la presentación de Vívelo Medellín, un show que hace un recorrido por los ritmos más bailados en la ciudad (Porro, Salsa y Tango). Este show se llevó a cabo durante la gala de cierre del evento en el Jardín Botánico el 16 de febrero de 2025.

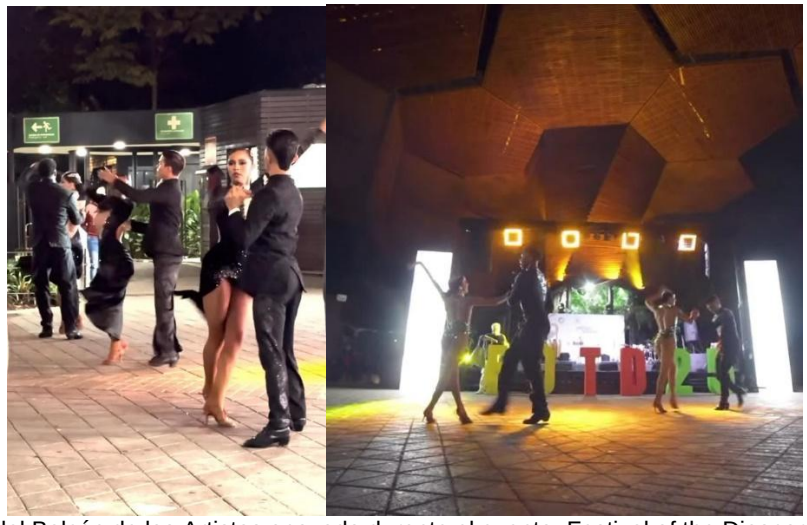
Legado: este apoyo impacta la estrategia de legado social de la industria de reuniones de la ciudad, ya que El Balcón de los Artistas, es una corporación artística que salva vidas a través del arte, buscando desde el arte la transformación de niñas, niños y jóvenes en situación de vulnerabilidad social, brindándoles mejores oportunidades y formándolos desde el ser, el hacer y el saber.

Conclusión: el evento se llevó a cabo de manera exitosa en la ciudad, contó con un show de inauguración y un desfile de emprendedoras en el MAMM, sesiones académicas en el Hotel InterContinental y un evento de cierre en Jardín Botánico. El evento contó con un concurso de emprendedoras realizado por la fundación de

Pharrell Williams, Black Ambition, el cual se ganó un emprendimiento que busca llevar agua potable a comunidades vulnerables de Medellín.

Como parte del acompañamiento al evento, se realizaron publicaciones desde el ecosistema Bureau dando visibilidad de este con los públicos objetivos.

Evidencias:



Show de baile del Balcón de los Artistas apoyado durante el evento: Festival of the Diaspora, febrero 16 de 2025

Apoyo Convención Dalberg Estados Unidos
Fecha: 26 de febrero de 2025
Se estableció contacto con Awake Travel un DMC colombiano que está especializado en realizar incentivos y convenciones con un alto componente en experiencias ligadas a naturaleza. Awake trabaja convenciones para la empresa Dalberg Advisors y este año decidieron hacer su Convención para el equipo de Estados Unidos en Medellín y Antioquia. Dalberg Advisors es una firma de asesoría estratégica que combina lo mejor de las habilidades estratégicas y capacidades de análisis riguroso del sector privado, con un profundo conocimiento y redes de contacto en mercados emergentes y fronterizos. El evento reunión a 120 ejecutivos y CEO’s de alto nivel.

Se apoyó el desarrollo de las actividades en Medellín que incluyeron: capacitaciones en el Hotel Marriott y cenas en los Restaurantes La Matriarca y Spíritu.

Conclusión: se trabajará de manera conjunta con Awake Travel para incentivar la llegada de más grupos a Medellín.

Evidencias:



Convención Dalberg Estados Unidos, febrero 24 de 2025

1.3.4. Idear y ejecutar producciones audiovisuales para la promoción de la industria de reuniones.

Durante el mes de febrero no se reportan avances en esta actividad. En el mes de abril se iniciará el reporte de esta actividad que en este mes se iniciaría con el proceso de planeación para la generación de contenidos.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de producciones audiovisuales para la industria de reuniones realizadas	7	0 – 0%	0

ACCIÓN 4. ACCIONES DE LEGADO

Las acciones de legado buscan que los eventos captados dejen un impacto positivo y duradero en la ciudad más allá de su realización. Estas acciones se orientan a generar transferencia de conocimiento, fortalecimiento de capacidades locales, conexiones con comunidades, promoción de la sostenibilidad e impulso a sectores estratégicos. Integrar el legado a los eventos consolida a Medellín no solo como un destino de reuniones, sino como un territorio que aprende, transforma y crece a partir de cada encuentro.

1.4.1 Visitas de Relacionamiento

Se realizarán visitas de relacionamiento para identificar productos, servicios y organizaciones que fortalezcan las prácticas sostenibles en la industria de reuniones. Esta acción busca articular entidades sin ánimo de lucro con alto

impacto comunitario y proveedores innovadores que ofrezcan soluciones responsables con el medio ambiente. El objetivo es integrar estas iniciativas al catálogo de legado de la ciudad, promoviendo eventos que no solo generen desarrollo económico, sino también impacto social y ambiental positivo.

Visitas de relacionamiento para la identificación de nuevos proveedores: legado social

Durante este mes, se establecieron alianzas con diversas fundaciones y corporaciones, cada una con enfoques específicos en áreas sociales, artísticas y culturales. Estas colaboraciones contribuyen al fortalecimiento de nuestro propósito de hacer del Legado en la industria de reuniones, una iniciativa integral, capaz de abordar diferentes problemáticas sociales y generar un impacto más significativo en la comunidad.

Evidencias: a continuación, se presenta el resultado de las visitas realizadas indicando el objetivo de las entidades visitadas y las opciones de legado que pueden presentarse a los eventos conforme la oferta de cada una de las fundaciones.

Fecha	Entidad	Comentario general	Opciones de legado
14 de febrero 2025	Fundación 1+1	Fundación que enseña música a niños y jóvenes con discapacidad visual para mejorar su calidad de vida.	Presentaciones artísticas, donaciones de instrumentos, becas educativas.
26 de febrero 2025	Corporación Unión Latina	Corporación artística con más de 20 años de experiencia en formación de jóvenes a través de la danza.	Muestras artísticas, Plan Padrino para apadrinar estudiantes.
27 de febrero 2025	Corporación Llévate alguito pues	Colectivo de artesanos que promueve el tejido social y la artesanía sostenible.	Talleres de artesanía, souvenirs con material reciclado, enlace con misiones médicas.
24 de febrero 2025	Corporación Jardineros Unidos de Moravia	Organización sin ánimo de lucro dedicada al cuidado ambiental y la sensibilización comunitaria.	Talleres de sostenibilidad, experiencia 'Reciclador por un día', recorridos de turismo comunitario.
25 de febrero 2025	Canto Alegre	Organización musical y educativa para el desarrollo infantil, nominada al Latin Grammy.	Conciertos musicales, Plan Padrino para apoyar niños talento.

Visitas de relacionamiento para la identificación de nuevos proveedores: sostenibilidad

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de visitas de relacionamiento	50	7 - 14%	7

para legado realizadas			
Número de catálogo de legado actualizado	1	0 - 0%	0

Continuamos ampliando y fortaleciendo la oferta incorporando entidades y empresas que forman parte de la cadena de servicios para eventos, con el objetivo de identificar y promover prácticas sostenibles. Además, se ha tenido acercamiento con organizaciones que brindan servicios enfocados en la sostenibilidad, los cuales pueden ser de gran valor para asegurar que los eventos dejen un impacto ambiental positivo y duradero en la ciudad.

Evidencias: a continuación, se presenta el resultado de las visitas realizadas indicando el objetivo de las entidades visitadas y las opciones de legado en materia de sostenibilidad, que pueden presentarse a los eventos conforme la oferta de cada una de las fundaciones.

Fecha	Categoría	Entidad	Comentarios	Opciones de legado
14 de febrero 2025	Otros	Panal Ecowraps	Se vincula al catálogo de Legado Vía Verde en el mes de febrero	Contratación de proveedores sostenibles
25 de febrero 2025	Otros	Fenalco Solidario	Se realiza acercamiento para socializar el proyecto. En espera de respuesta de encuesta de sostenibilidad.	Pendiente identificar opciones de vinculación con Legado

Como resultado de las visitas de relacionamiento llevadas a cabo durante el mes, se logró la vinculación de seis nuevas entidades al catálogo de legado y sostenibilidad. Este avance refleja el compromiso continuo con la promoción de prácticas sostenibles y el fortalecimiento del impacto positivo de los eventos en la ciudad, alineando esfuerzos con los objetivos estratégicos de desarrollo y responsabilidad social.

COMPONENTE 2: INDUSTRIA TURÍSTICA

El marketing del destino es una estrategia integral que busca posicionar a una ciudad, región o país como un lugar atractivo para visitar, estimulando la demanda en mercados clave. A diferencia del marketing turístico, que promociona productos y servicios, el marketing del destino se enfoca en inspirar y convencer a las personas sobre *a dónde viajar*. Esta labor, liderada generalmente por entidades públicas, combina tácticas tradicionales y digitales para visibilizar la oferta del destino, crear experiencias memorables y captar nuevos visitantes. En la era digital, su efectividad radica en mantener presencia activa en canales online, responder a las motivaciones reales de los viajeros y proyectar a la ciudad a corto,

mediano y largo plazo como un lugar vibrante, competitivo y con múltiples razones para ser descubierto.

Objetivo: atraer turistas y visitantes a la ciudad de Medellín de los mercados nacionales e internacionales, a través de acciones de marketing, comunicación y promoción turística.

2.1. ACCIÓN 1. CAMPAÑA DE MARKETING

Se desarrollará una campaña estratégica de marketing basada en la investigación de mercados objetivos, con el propósito de posicionar a Medellín como un destino turístico atractivo, competitivo y lleno de experiencias. Esta campaña anual combinará creatividad y análisis de tendencias para definir públicos, canales y formatos adecuados, permitiendo construir un discurso coherente y aspiracional que estimule la demanda internacional. La estrategia incluye el uso de herramientas de estudio de mercado, la creación de una propuesta de valor diferenciada, el diseño de una identidad de campaña sólida y la ejecución de contenidos dirigidos a través del ecosistema digital de Medellín Travel.

2.1.1 Campaña estratégica de Marketing

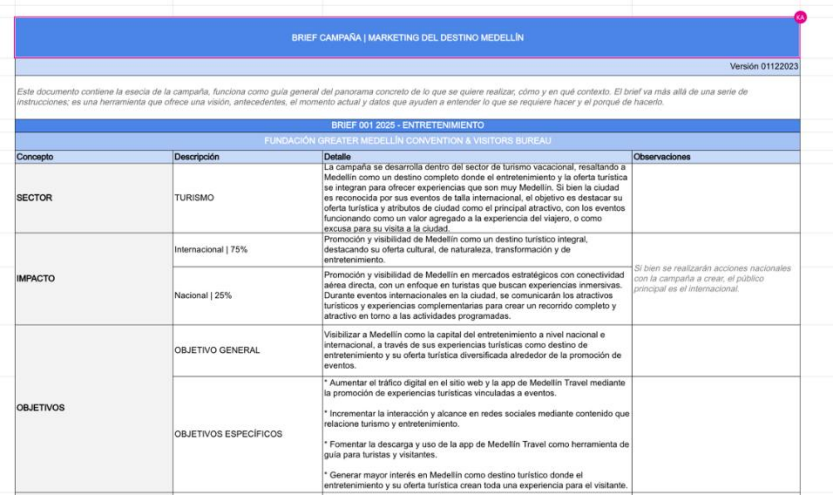
Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de briefs estratégicos de campaña	1	1 – 100%	1
Número de conceptualizaciones creativas	1	0 – 0%	0
Número de Tool kit de campaña	1	0 – 0%	0
Número de Key visual de campaña	1	0 – 0%	0
Kit de campaña: cantidad de elementos a producir	250	0 – 0%	0

Construcción de brief estratégico

Durante el mes de febrero, como parte de la estrategia de promoción de Medellín como destino en 2025, se avanzó en la construcción del brief estratégico que define las directrices clave de la campaña. Esta planificación se ha centrado en resaltar los eventos más representativos de la ciudad y los productos turísticos asociados a cada uno, con el propósito de generar mayor visibilidad en medios ATL, BTL y digitales durante el año.

La campaña tiene un enfoque integral que busca garantizar una comunicación coherente en todos los canales, asegurando que la información llegue de manera clara y efectiva a los turistas potenciales. El brief se socializó el miércoles 19 de febrero y se entregó para aprobación y ajustes el jueves 20 de febrero.

Evidencias:



BRIEF CAMPAÑA | MARKETING DEL DESTINO MEDELLÍN

Versión 01122023

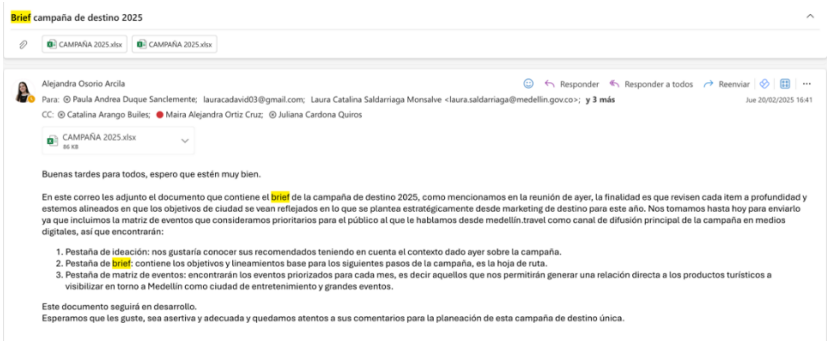
Este documento contiene la esencia de la campaña, funciona como guía general del panorama concreto de lo que se quiere realizar, cómo y en qué contexto. El brief va más allá de una serie de instrucciones; es una herramienta que ofrece una visión, antecedentes, el momento actual y datos que ayuden a entender lo que se requiere hacer y el porqué de hacerlo.

BRIEF 001 2025 - ENTRETENIMIENTO

FUNDACIÓN GREATER MEDELLÍN CONVENTION & VISITORS BUREAU

Concepto	Descripción	Detalle	Observaciones
SECTOR	TURISMO	La campaña se desarrolla dentro del sector de turismo vacacional, resaltando a Medellín como un destino completo donde el entretenimiento y la oferta turística se integran para ofrecer experiencias que son muy Medellín. Si bien la ciudad es reconocida por sus eventos de talla internacional, el objetivo es destacar su oferta turística y atributos de ciudad como el principal atractivo, con los eventos funcionando como un valor agregado a la experiencia del viajero, o como excusa para su visita a la ciudad.	
IMPACTO	Internacional | 75%	Promoción y visibilidad de Medellín como un destino turístico integral, destacando su oferta cultural, de naturaleza, transformación y de entretenimiento.	
	Nacional | 25%	Promoción y visibilidad de Medellín en mercados estratégicos con conectividad aérea directa, con un enfoque en turistas que buscan experiencias inmersivas. Durante eventos internacionales en la ciudad, se comunicarán los atractivos turísticos y experiencias complementarias para crear un recorrido completo y atractivo en torno a las actividades programadas.	*Si bien se realizarán acciones nacionales con la campaña a crear, el público principal es el internacional.*
OBJETIVOS	OBJETIVO GENERAL	Visibilizar a Medellín como la capital del entretenimiento a nivel nacional e internacional, a través de sus experiencias turísticas como destino de entretenimiento y su oferta turística diversificada alrededor de la promoción de eventos.	
	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	* Aumentar el tráfico digital en el sitio web y la app de Medellín Travel mediante la promoción de experiencias turísticas vinculadas a eventos. * Incrementar la interacción y alcance en redes sociales mediante contenido que relacione turismo y entretenimiento. * Fomentar la descarga y uso de la app de Medellín Travel como herramienta de guía para turistas y visitantes. * Generar mayor interés en Medellín como destino turístico donde el entretenimiento y su oferta turística crean toda una experiencia para el visitante.	

Aparte del documento brief estratégico campaña de destino 2025, febrero 2025. Anexo: *02. Brief estratégico de Campaña 2025*



Brief campaña de destino 2025

CAMPAÑA 2025.xlsx CAMPAÑA 2025.xlsx

Alejandra Osorio Arcila — Responder | Responder a todos | Reenviar

Para: Paula Andrea Duque Sanclemente; lauracadavid03@gmail.com; Laura Catalina Saldarriaga Monsalve <laura.saldarriaga@medellin.gov.co>; **y 3 más** — Jue 20/02/2025 16:41

CC: Catalina Arango Builes; Maira Alejandra Ortiz Cruz; Juliana Cardona Quiros

CAMPAÑA 2025.xlsx 86 KB

Buenas tardes para todos, espero que estén muy bien.

En este correo les adjunto el documento que contiene el brief de la campaña de destino 2025, como mencionamos en la reunión de ayer, la finalidad es que revisen cada item a profundidad y estemos alineados en que los objetivos de ciudad se vean reflejados en lo que se plantea estratégicamente desde marketing de destino para este año. Nos tomamos hasta hoy para enviarlo ya que incluimos la matriz de eventos que consideramos prioritarios para el público al que le hablamos desde medellin.travel como canal de difusión principal de la campaña en medios digitales, así que encontrarán:

1. Pestaña de ideación: nos gustaría conocer sus recomendados teniendo en cuenta el contexto dado ayer sobre la campaña.
2. Pestaña de brief: contiene los objetivos y lineamientos base para los siguientes pasos de la campaña, es la hoja de ruta.
3. Pestaña de matriz de eventos: encontrarán los eventos priorizados para cada mes, es decir aquellos que nos permitirán generar una relación directa a los productos turísticos a visibilizar en torno a Medellín como ciudad de entretenimiento y grandes eventos.

Este documento seguirá en desarrollo.
Esperamos que les guste, sea asertiva y adecuada y quedamos atentos a sus comentarios para la planeación de esta campaña de destino única.

Envío oficial del brief estratégico de campaña de destino 2025, febrero 2025.

2.1.2. Administración del ecosistema digital de Medellin.travel

La gestión del sitio web oficial de turismo de Medellín es clave para garantizar el funcionamiento óptimo, seguro y actualizado del principal canal digital del marketing del destino. Esta plataforma centraliza la información turística, ofrece métricas completas, guía al visitante y conecta con la aplicación móvil, cerrando el funnel de conversión de la estrategia Medellín Travel. Durante 10 meses, se realizará su administración integral, incluyendo soporte técnico, actualización de dominios y herramientas, gestión de base de datos y monitoreo de resultados, asegurando así una experiencia digital robusta y alineada con los objetivos de visibilidad y atracción de turistas.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Informe de administración y soporte	10	1 – 10%	1

técnico mensual			

Entrega #1
Descripción: durante el mes de febrero se realizó constantemente el soporte técnico a las plataformas web y app de medellin.travel como se detalla a continuación:

1. Aplicación móvil: el servidor de la aplicación Medellín Travel presenta una estabilidad óptima, garantizando un rendimiento confiable para los usuarios. Como se evidencia en las gráficas (ver anexo), no se han registrado errores con las nuevas versiones de la app, lo que confirma la efectividad de las actualizaciones implementadas. Esto demuestra que el sistema opera de manera eficiente, asegurando una experiencia fluida y sin interrupciones para los viajeros que utilizan la plataforma.

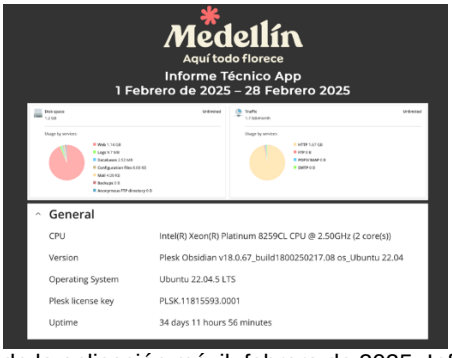
   Actualizaciones técnicas realizadas:
   - Febrero 28 – Ajuste complejidad Contraseña
   - Febrero 21 – Ajustes priorización de Lugares
   - Febrero 20 – Ajuste administrador de eventos
   - Febrero 14 – Ajuste en visualización de tiempo de los Audios para caminar
   - Febrero 13 – Mejoras interfaz

2. Sitio web: gracias al aumento del número de visitas al sitio web, se identificó una mayor demanda de recursos del servidor, especialmente en lo relacionado con la memoria RAM. Esta situación permitió detectar oportunidades de optimización, ya que la capacidad de RAM disponible resultó insuficiente para gestionar eficazmente el tráfico, lo que en algunos casos impactó los tiempos de respuesta y la estabilidad del servicio. Para mejorar el rendimiento y garantizar una experiencia de usuario óptima, se implementó la recomendación de aumentar la memoria RAM del servidor, lo que facilitó una mejor administración del tráfico y una mayor estabilidad del sistema.

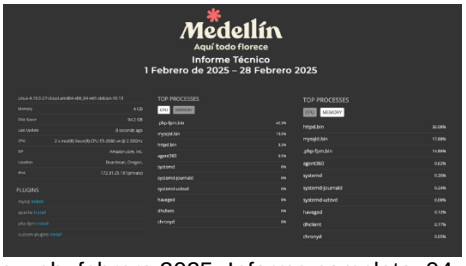
   Actualizaciones técnicas:
   - Febrero 28 - Desctivar: Image Optimizer – Compress, Resize and Optimize Images
   - Febrero 28 - WP All Import Pro Mantenimiento – Compss Urbano Script
   - Febrero 27 - WP All Import Pro Mantenimiento – Compss Urbano Script
   - Normalización Base de Datos - Table Posts Wordpress

- Febrero 14 - Activar: Image Optimizer – Compress, Resize and Optimize Images
- Febrero 14 - Desctivar: Image Optimizer – Compress, Resize and Optimize Images
- Febrero 3 - Activar: Image Optimizer – Compress, Resize and Optimize Images
- Febrero 3 - Desctivar: Image Optimizer – Compress, Resize and Optimize Images
- Febrero 3 - WP All Import Pro - mantenimiento – Compss Urbano Script
- Febrero 3 - WP All Import Pro - mantenimiento – Compss Urbano Script
- Febrero 3 - Normalización Base de Datos - Table Posts Wordpress

Evidencias:



Aparte del informe técnico de la aplicación móvil, febrero de 2025. Informe completo: Anexo 03. *AppMedTravelTecnico_febrero*



Apartes informe técnico sitio web, febrero 2025. Informe completo: 04. *MedTravelTecnico_febrero*

2.1.3. Plan de medios digitales

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de planes de medios generados	10	0 - 0%	0

La gestión estratégica de redes sociales es clave para posicionar a Medellín como destino turístico en los mercados internacionales. A través de contenido visual, inspirador y relevante, se busca atraer a potenciales viajeros en la etapa de "soñar el viaje", iniciando así el funnel de conversión hacia el ecosistema Medellín Travel. Se gestionarán cinco plataformas: Instagram, TikTok, Facebook, YouTube y Spotify, cada una con un enfoque específico para inspirar, informar y conectar con audiencias globales, generando comunidad y visibilidad constante del destino a través de experiencias auténticas y memorables.

Identificación de eventos y fechas relevantes para articular a campaña

Realización de una matriz de eventos y fechas relevantes para resaltar mes a mes durante la campaña de destino 2025. Esta matriz se realizó como guía inicial para el plan de medios que depende directamente de la campaña que aun se encuentra en aprobación por la Secretaría de Turismo y Entretenimiento.

Evidencias:



Matriz marketing de destino 2025

Mes	Enero		Febrero		Marzo		Abril		Mayo		Junio		Julio		Agosto		Septiembre		Octubre		Noviembre		Diciembre	
Eventos priorizados	Nombre	Fecha	Nombre	Fecha	Nombre	Fecha	Nombre	Fecha	Nombre	Fecha	Nombre	Fecha	Nombre	Fecha	Nombre	Fecha	Nombre	Fecha	Nombre	Fecha	Nombre	Fecha	Nombre	Fecha
	Colombiatex	28-30 ene	Core	14-15 feb	Bacilos	14-mar	Maluma	26-abr	La Solar	2-3 may	Festival de Tango	24-30 jun	Circuito Inexmoda	24-26 jul	Feria de las Flores	1-10 ago	Fista del libro	12-26 sept	Medellín Urbana Fest	4-5 oct	Festival de luces	20-30 nov	Festival de luces	1-31 dic
			Shakira	23 feb	Tierra Santa	22-mar	Corre mi tierra	27-abr	Reis B	09-may	Medellín Urbana Fest	7-8 jun	Colombiamoda 2025	24-26 jul			Maratón Medellín	09-sep	Festival Altavoz	11-13 oct	Festival Miradas	4-9 nov	Desfile Mitos y leyendas	08-dic
			Expofitness	15-16 feb	Día mundial del teatro	27-mar	Semana Santa		Miranda	29-may	Don Omar	07-jun	Expoartesano	11-20 jul										
									Feria Empresarial y del Emprendimiento	30-31 may														
Productos turísticos relacionados	Moda y compras		Naturaleza Deporte		Cultura: artes escénicas, música y baile		Cultura: Patrimonio (arquitectónico, cultural (naturaleza)		Cultura: arte urbano y talento local		Cultura: tango, tradición		Moda y compras Cultura silletera		Tradición Agroturismo y cultura silletera		Cultura: museos, galerías y recorridos culturales		Creatividad e innovación		Vida nocturna: cultural | fiesta		Cultura y tradición	
Oferta gastronómica relacionada	Cocina de autor		Cocina saludable		Café		Medellín en 10 sabores		Comida callejera | Cazados paisas		Platos tradicionales		Medellín en 10 sabores		Platos tradicionales		Comida callejera		Cocina de autor		Coctles, diversidad		Gastronomía decembrina	

Aparte de la matriz base que se usará para los planes de medios, febrero 2025

2.1.4. Generación de contenidos para medios ATL, BTL y Digital Medios digitales

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de parrillas de contenidos	10	1 – 10%	1

Se desarrollaron acciones para cada uno de los medios digitales del ecosistema: redes, sitio web y aplicativo.

- **Redes sociales:** durante el mes de febrero, se retomaron acciones clave enfocadas en la cobertura de eventos y optimización de la estrategia digital. Se creó el formato para la planeación de la parrilla de contenidos, con el cual se busca aumentar la sinergia entre los miembros del equipo, permitiendo una

ejecución más eficiente. Además, se abrieron nuevos canales de comunicación, como LinkedIn, para articular mensajes con públicos estratégicos y potenciar la visibilidad de la marca ciudad. También se retomaron acciones en X, fortaleciendo la presencia en esta plataforma. A continuación, se detallan las acciones realizadas en cada red social:

- Instagram: se realizaron publicaciones enfocadas en eventos clave del mes, incluyendo Core, Expofitness, Freedom y Predator Fight Championship, destacando su importancia para el turismo y el entretenimiento en Medellín.

  Se implementaron activaciones con la comunidad, como la entrega de boletería para eventos a través de dinámicas en historias. Se crearon carruseles y reels con información turística relevante, incluyendo recomendaciones de planes y lugares icónicos de la ciudad y se mantuvo una interacción constante en comentarios y mensajes directos, resolviendo dudas y generando conversación con la audiencia.

- TikTok: se crearon videos dinámicos sobre eventos destacados del mes, resaltando experiencias y mostrando la energía de cada evento y se utilizaron tendencias y sonidos virales para aumentar el alcance y la participación de la comunidad. Se realizaron publicaciones con recomendaciones turísticas y gastronómicas, promoviendo la ciudad como un destino vibrante y lleno de opciones para locales y visitantes.

- Facebook: se publicó contenido informativo sobre eventos y actividades en la ciudad, asegurando que la comunidad estuviera al tanto de las principales opciones de entretenimiento. Se actualizó la portada con una imagen representativa del mes para reforzar la temática de los contenidos.

  Se interactuó con la comunidad a través de publicaciones y mensajes, resolviendo inquietudes y promoviendo la participación.

- YouTube: se realizaron publicaciones de videos shorts sobre eventos y cultura de la ciudad, brindando una perspectiva audiovisual enriquecida.

- Spotify: se llevó a cabo un seguimiento al desempeño de los episodios existentes, analizando reproducciones y retención de oyentes. Se implementó promoción cruzada en otras redes sociales para aumentar el número de reproducciones y atraer nuevos oyentes.

- LinkedIn: se realizó la apertura oficial del canal de Medellín.travel en LinkedIn, con el objetivo de conectar con un público más corporativo y profesional.

- X (Twitter): se retomaron publicaciones para fortalecer la comunicación en tiempo real, asegurando que la audiencia estuviera al tanto de los eventos y novedades de Medellín.

Como resultado de gestión digital del ecosistema, se lograron los siguientes indicadores:

Indicadores Redes Sociales	Logro mes de febrero	Consolidado 2025
Impresiones	387.891	715.188
Alcance	614.040	1.319.458
Interacciones	11.886	19.133

- **Redes sociales:** a nivel de sitio web, durante el período reportado, se realizaron actualizaciones estratégicas con el objetivo de ofrecer información actualizada y relevante para los usuarios. Las acciones incluyeron:

  - Actualización semanal de banners: resaltando información clave para la promoción del destino, como; secciones destacadas, productos turísticos y recomendaciones.
  - Actualización de eventos destacados de la semana: Actualización en el home garantizando que la agenda disponible refleje actividades en la ciudad.
  - Publicación de artículos de interés: *"Medellín, el escenario perfecto para vivir Expo Fitness 2025" y "Tenemos el presentimiento de que tendrás un gran fin de semana en Medellín"*.
  - Actualización de lugares con las guías Vive el Centro: incorporando las guías sobre los sectores de *Junín, Prado y San Ignacio*, con el propósito de mejorar la experiencia de los visitantes en estos espacios emblemáticos y una guía general del centro en la sección multimedia.
  - Actualización de la información del Museo de Antioquia: asegurando que los usuarios cuenten con datos precisos y actualizados.

- **Aplicativo móvil:** se implementaron diversas actualizaciones en la aplicación móvil para mejorar la experiencia de los usuarios y ofrecer cada vez más información sobre el destino. Entre las acciones realizadas se encuentran:

- Actualización de los lugares destacados de la semana, promoviendo sitios de interés para visitantes y residentes.
- Actualización de eventos
- Creación de nuevos lugares en español e inglés para el mapa, ampliando la cobertura de espacios recomendados

Evidencias:



Apartes de los contenidos web, febrero de 2025

	1 al 25 Febrero
Trafico web - páginas vistas	43.649
Acumulado	104.334
Cumplimiento	10%
Tráfico web - usuarios unicos	27.715
Acumulado	67.658
Cumplimiento	14%
Númeo de sesiones	33.256
Acumulado	78.861

Resultados sitio web, febrero de 2025

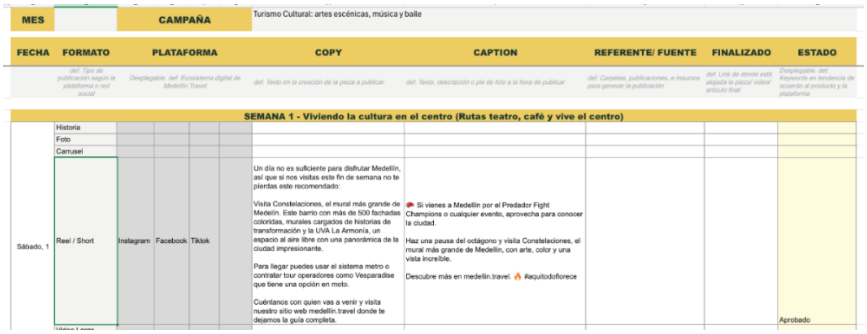
Total de adquisiciones	Febrero
Descargas totales Android	215
Nacionales Android	114
Internacionales Android	101
Descargas totales IOS	275
Nacionales IOS	43
Internacionales IOS	232
Total	490
Acumulado	968

	Febrero
Impresiones	510
Acumulado	1001
Adquisición Android	199
1. Busquedas en la PlayStore	37
2. Anuncios y referencias	115
3. Otros	47
Adquisición IOs	275
1. Busquedas en la AppStore	58
2. Anuncios y referencias	208
3. Otros	9

Aparte de los resultados de la App, febrero de 2025



Apartes de los contenidos gestionados para la App, febrero 2025



MES		CAMPAÑA	Turismo Cultural: artes escénicas, música y baile				
FECHA	FORMATO	PLATAFORMA	COPY	CAPTION	REFERENTE/ FUENTE	FINALIZADO	ESTADO
	del. Tipo de publicación según la plataforma o red social	Desplegable. def. Ecosistema digital de Medellín Travel	del. Texto en la creación de la pieza a publicar	del. Texto, descripción o pie de foto a la hora de publicar	del. Carpetas, publicaciones, e insumos para generar la publicación	del. Link de donde está alojada la piezar/ video/ artículo final	Desplegable. def. Keywords en tendencia de acuerdo al producto y la plataforma
SEMANA 1 - Viviendo la cultura en el centro (Rutas teatro, café y vive el centro)							
	Historia						
	Foto						
	Carrusel						
Sábado, 1	Reel / Short	Instagram Facebook Tiktok	Un día no es suficiente para disfrutar Medellín, así que si nos visitas este fin de semana no te pierdas este recomendado: Visita Constelaciones, el mural más grande de Medellín. Este barrio con más de 500 fachadas coloridas, murales cargados de historias de transformación y la UVA La Armonía, un espacio al aire libre con una panorámica de la ciudad impresionante. Para llegar puedes usar el sistema metro o contratar tour operadores como Vesparadise que tiene una opción en moto. Cuéntanos con quien vas a venir y visita nuestro sitio web medellin.travel donde te dejamos la guía completa.	👉 Si vienes a Medellín por el Predator Fight Champions o cualquier evento, aprovecha para conocer la ciudad. Haz una pausa del octágono y visita Constelaciones, el mural más grande de Medellín, con arte, color y una vista increíble. Descubre más en medellin.travel. 🔥 #quitodofloree			Aprobado

Aparte del formato de parrilla de contenidos, febrero 2025. Anexo 05. *Formato para parrilla de contenidos.*

2.1.5. Planeador de viajes en la web de Medellin.travel

Como parte de la estrategia digital, se desarrollará un planeador de viaje en el sitio web oficial *Medellin.travel*, que funcionará como una herramienta interactiva para guiar al turista en la etapa de planeación de su experiencia en la ciudad. Este recurso permitirá ofrecer información personalizada según los intereses, necesidades y perfil del viajero, facilitando la creación de itinerarios y recomendaciones clave. Estará disponible en inglés y español para responder a los públicos nacional e internacional, fortaleciendo así la usabilidad del sitio y el acompañamiento al turista desde su intención de viaje.

Durante el mes de febrero no se reportan resultados en la actividad, sin embargo, se encuentra en proceso de ideación y cotizaciones. Los avances serán presentados en los subcomités conforme el plan de trabajo definido.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de planeadores de viaje desarrollados	1	0 – 0%	0

2.1.6. Chat bot para Medellin.travel

Para acompañar a los turistas durante su estancia en la ciudad, se implementará un chatbot con inteligencia artificial en el sitio web *Medellin.travel*. Esta herramienta brindará atención inmediata en inglés y español, resolviendo dudas frecuentes y proporcionando información clave sobre productos, servicios y experiencias turísticas. Además, contará con redirección a WhatsApp para una atención más personalizada, fortaleciendo así la experiencia del visitante y garantizando acceso ágil a la información durante la etapa de viaje.

Durante el mes de febrero no se reportan resultados en la ejecución de esta actividad, sin embargo, se avanzó en el proceso de estudio de las posibilidades y/o herramientas para estructurar el chat bot. Los avances serán presentados en los subcomités para su puesta en marcha conforme la proyección definida desde el plan de trabajo.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de chatbots entregados	1	0 – 0%	0

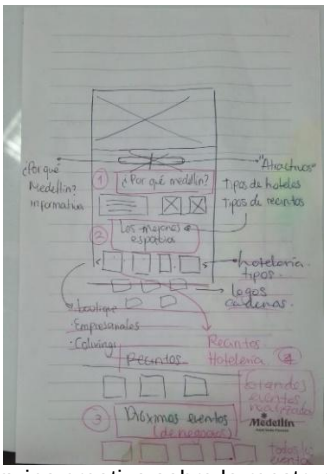
2.1.7. Reestructuración arquitectura de Medellin.travel

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes febrero
Cantidad de micrositios en medellin.travel en versión inglés y español	2	0 – 0%	0

Ideación creativa

En el mes de febrero se avanzó en el proceso de ideación de la propuesta de restructuración que será presentada al equipo de la subsecretaría de promoción y entretenimiento en el mes de marzo para su validación y retroalimentación. Se identificaron las posibilidades de información que pudiera incluir, especialmente las secciones de turismo de negocios, entretenimiento y eventos.

Evidencias:



Proceso de ideación realizado por el equipo creativo sobre la reestructuración de medellin.travel, febrero de 2025

ACCIÓN 2. PROMOCIÓN

Con el propósito de posicionar a Medellín en los portafolios de agencias mayoristas internacionales, se desarrollarán acciones estratégicas que conecten la oferta empresarial turística local con la demanda global. A través de la participación en ferias internacionales, agendas comerciales y articulación con empresarios locales, se busca diversificar la oferta del destino, visibilizar nuevos territorios y consolidar a Medellín como un destino atractivo, competitivo y sostenible a nivel nacional e internacional.

2.2.1. Realizar reuniones y/o encuentros con aliados locales y nacionales

Durante el mes de febrero no se ejecutaron actividades, sin embargo, se avanzó en la planeación de la propuesta para encadenar la nueva oferta de valor de Medellín con tour operadores y demás actores del sector turística de la ciudad – región. La dinámica de esta actividad se presentará en subcomité de Industria Turística del mes de marzo y se propondrán 10 temáticas a abordar: entretenimiento, turismo comunitario, corregimientos, oferta región, integración con medellin.travel, El centro, mercados campesinos y empresarios, arte y cultura, eventos deportivos y reunión de cierre.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de reuniones con actores locales y nacionales realizadas	10	0 – 0%	0

2.2.2. Participar en ferias y eventos nacionales del segmento vacacional.

Medellín participará activamente en las principales ferias y eventos nacionales del sector turístico, con el fin de visibilizar su oferta, fortalecer relaciones comerciales y posicionarse como un destino imperdible en los portafolios de agencias, touroperadores y DMCs. La participación en escenarios como la Vitrina Turística de ANATO, el Congreso de ANATO, el Encuentro Receptivo de ANATO y el Encuentro de COTELCO, incluirá el montaje del stand de ciudad, la coordinación de agendas comerciales con empresarios locales y acciones de comunicación y medios. Esta estrategia permitirá consolidar alianzas, proyectar nuevos productos turísticos y fortalecer la presencia del destino en el mercado nacional.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de participaciones en ferias y/o eventos nacionales	4	1 – 25%	1

Participación de Medellín en la Vitrina Turística de ANATO 2025: conceptualización, montaje y desmontaje
Lugar: Corferias, Bogotá
Desde el Bureau se apoyó la ideación y la conceptualización gráfica del stand de Medellín y Antioquia para su participación en la versión 44 de la Vitrina Turística Anato 2025, validando el cumplimiento de los requerimientos entregados por el Distrito:

- Letrero de “Medellín - Antioquia” ubicado en lo alto para la visualización desde cualquier parte del pabellón
- Sala exclusiva para reuniones VIP
- 20 puntos de contacto para los empresarios de ciudad y región
- Espacio para activaciones
- Counter de atención al público
- Punto instagrameable de Medellín y Antioquia para los visitantes
- Espacio o bodega en cada punto de contacto para almacenamiento de los empresarios

En relación con las gestiones que permitieron la participación de la ciudad, se coordinó con las distintas entidades como: ANATO, Corferias y FONTUR, actividades como gestión de escarapelas, convocatorias de empresarios, reuniones preoperativas, diligenciamiento y envío de formatos para la validación de la participación del destino tales como: contratos, actas de compromiso, paz y

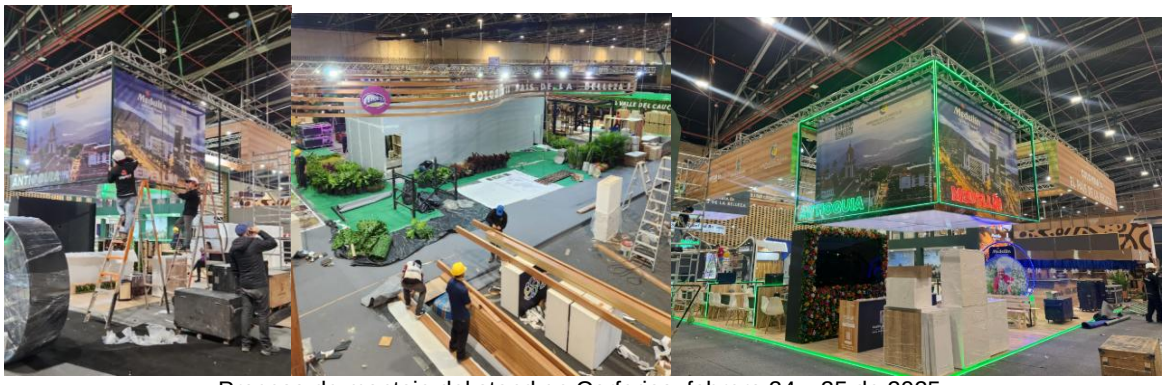
salvos, entre otros, así mismo se gestionaron las aprobaciones pertinentes ante estas entidades garantizando la aplicación de las marcas y logos de cada una.

Se coordinó la producción, el montaje y desmontaje del stand de Medellín y Antioquia en el espacio asignado en Corferias (pabellón 11 al 16), conforme las especificaciones anteriormente detalladas. El montaje dio inició el lunes 24 de febrero, siguiendo el cronograma entregado por el organizador.

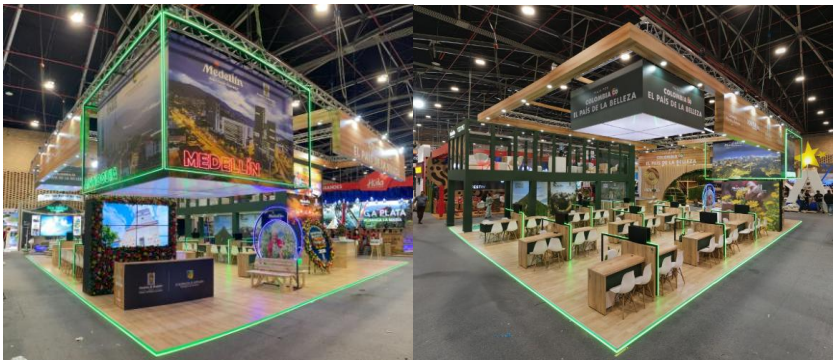
Evidencias:



Proceso de conceptualización del stand de Medellín y Antioquia, febrero de 2025



Proceso de montaje del stand en Corferias, febrero 24 y 25 de 2025.



Stand de Medellín y Antioquia, febrero 26 de 2025



Proceso de desmontaje del stand en Corferias, febrero 28 y marzo 1 de 2025

Participación de Medellín en la Vitrina Turística de ANATO 2025: agenda de relacionamiento

Lugar: Corferias, Bogotá

Se gestionó una agenda de relacionamiento con actores y entidades claves para la ciudad**,** con las cuales, el Distrito de Medellín a través del secretario de Turismo y Entretenimiento tuvo acercamiento y reuniones que permitieron poner puntos en común e identificar oportunidades de trabajo para la ciudad en pro del desarrollo del turismo en la ciudad. La agenda se detalla a continuación:

RELACIONAMIENTO EN BOGOTÁ MIÉRCOLES 26 DE FEBRERO	
Entidad	**Representante**
Despegar	Iván Marenco
Cambio Colombia	Laura Lucía Becerra
Asobares Antioquia	Juan Pablo Valenzuela
Comfama	Juan Esteban Franco

RELACIONAMIENTO EN BOGOTÁ JUEVES 27 DE FEBRERO

Entidad	Representante
Portafolio	Paola Galeano
Hopco (Hotel Operations Company)	
Portal GPS Turístico	Juan Carlos Montes
Turismo Super	Carlos Arturo Maya
Turismo del Estado de Chiapas	
Tren Maya México	Germán Redondo Suárez Irma Pensado Aguilar
Secretaria de Turismo Guanajuato	Lupita Robles León Eduardo Yarto
Instituto de Cultura y Turismo de Yopal	Héctor Fabian Moya Hernández

RELACIONAMIENTO EN BOGOTÁ JUEVES 27 DE FEBRERO	
Entidad	**Representante**
Congreso Incuba tour	Secretario Estado Michoacán- Roberto Monroy
Easy Fly	
Autoridades Jalisco & Guadalajara	Miguel Andrés Hernández Oscar Morales Sujey Cárdenas

Participación de Medellín en la Vitrina Turística de ANATO 2025: comunicaciones

Lugar: Medellín

Se desplegó una estrategia de comunicaciones integral que potenció la visibilidad de Medellín y Antioquia como destinos clave para el turismo de reuniones, ocio y negocios. A través de un plan de medios dinámico, contenido digital segmentado y acciones de prensa estratégicas, se buscó una cobertura amplia antes, durante y después del evento. Se utilizaron narrativas impactantes para resaltar la oferta turística, conectando con actores clave de la industria y generando nuevas oportunidades de negocio. Además, se buscó fortalecer la conversación en redes sociales y canales digitales, amplificando el alcance y consolidando la presencia de ciudad en este escenario de alto impacto.

a. Se realizó una ronda de medios, impactando 5 medios nacionales:

RONDA DE MEDIOS EN BOGOTÁ – 24 DE FEBRERO DE 2025	
Medio	**Periodista**
Revista Semana	Angélica Raigoso
Infobae	Sergio Ramírez

Infotur Latam	Fernando Garzón
El Espectador	Leidy Barbosa
Un café Claro	Eduardo Higgins
Total cinco (5) entrevistas	

b. Se construyeron y se gestionó el envío de 3 boletines de prensa, cubriendo hechos noticiosos del antes, durante y después de la participación de la ciudad en la feria.

BOLETINES DE PRENSA – 24 DE FEBRERO DE 2025			
Nombre	**Etapa**	**Link**	**Fecha**
Medellín y Antioquia estarán presentes en la feria de turismo vacacional más importante de Colombia, ANATO 2025	Antes	https://www.bureaumedellin.com/medellin-y-antioquia-estaran-presentes-en-la-feria-de-turismo-vacacional-mas-importante-de-colombia-anato-2025/	febrero 25
Medellín y Antioquia conquistan en ANATO 2025 con su oferta turística	Durante	Medellín y Antioquia conquistan ANATO 2025 con su oferta única – Bureau	febrero 27
Medellín fue reconocida por primera vez entre los seis destinos más populares del mundo en los premios: lo mejor de lo mejor de Travellers Choice 2025 de Tripadvisor	Después	Con cerca de $2.000 millones en oportunidades de negocio, Medellín y Antioquia cerraron con éxito su participación en la Vitrina Turística ANATO 2025 – Bureau	marzo 3

c. Se gestionó la atención a medios dentro del stand de la ciudad en Corferias, atrayendo el interés de medios de comunicación y coordinando las entrevistas con los voceros como se detalla a continuación:

ATENCIÓN A MEDIOS EN EL STAND		
Fecha	**Medio**	**Periodista**
26/02/2025 (18 entrevistas)	Portal Viajes y Planes	Gustavo Torres
	Caracol Internacional	Johana Luchini
	Portal Primera Página	Diana Nova
	Colprensa	Sergio Villamizar
	Cambio	Laura Lucía Becerra
	El Heraldo	Juan Sebastián Vargas
	RCN Radio / La FM - economía	Maria Fernanda Tarazona
	Comer en la calle	Carlos Muñoz influencer
	Viajando con Jacito García/La voz de mi Pueblo	Edward Tapias
	NotiCaldas Informativo	Diego Garzón
	La Vibrante: Barranquilla, Miami y Bogotá	Alejandro castillo
	Colombia Visible/ CaracolRadio / Proyectos Especiales	Esteban Dávila
	Publimetro Colombia / Latam	Luz Lancheros
	Canal Capital	Cristian León
	Oscar Rueda envía cámara	Camarógrafo
	Revista Enfoque visual	Ingrid González
	Medios Cámara Comercio Bogotá / Radio, TV y Redes	Isabel Durán

	Valora Analitika	Loren Valbuena
27/02/2025 (23 entrevistas)	Portafolio	Paola Galeano
	Portal GPS Turístico	Juan Carlos Montes
	RCN Radio / La FM	Sara Fajardo
	Turismo Súper	Carlos Arturo Amaya
	Caracol Radio Vásica y El Campo en la radio	Luis Enrique Hurtado
	Risaralda Opina y Alcaldía de Pereira	Hernán Duwue
	Cumaral al día/ Villavicencio	Juan Pablo Cuta
	RCN internacional	Leidy Silva
	Bacata Stereo/comunitaria Funza y alrededores	Jorge Arturo Castellanos
	TV Unidos	Santiago Urquijo
	Canal Womtv /Manizales	Wilson Motato
	Impacto Tolima.com	Nestor Aponte
	Bajo la lupa tv	Francy Robayo
	Noticias y respuestas	Juan Neissa
	TV Diario	Natalia Gualanday
	Don Tamalio	Miguel Andrés Gómez
	Revista Paparazzi	Gustavo Delgado
	Revista Poder	Regina Iriarte
	El Corrillo	Edwin Monroy
	La Otra Verdad	Edwin Soto Castro
	El Nuevo Día	Heidi
	Revista Caracol TV- Proyectos especiales	Diego Chacón
	Revista Lo mejor de Colombia	Jefry Melo
28/02/2025 (2 entrevistas)	RTVC – Señal Colombia	Floresmiro Luna
	Canal FB – Esteban Cuantindoy	Esteban Cuantindoy
43 entrevistas en total		

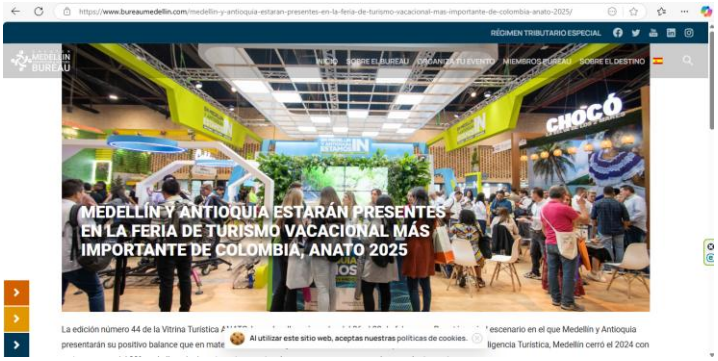
d. Se realizó una valoración de free pres en el marco de la Vitrina Turística ANATO 2025, con un rastreo que inició el 24 de febrero y el 5 de marzo y permitió identificar
las noticias publicadas en diferentes medios de comunicación a raíz de la gestión con medios durante la feria, como se detalla a continuación

Fecha	Mes	Tipo de medio	Título	Fuente	Free Press (COP)
24/02/2025	FEBRERO	Medio electrónico	Medellín y Antioquia estarán presente en Anato, la feria de turismo más importante del país	El Metro (Internet)	$7.477.875
24/02/2025	FEBRERO	Medio electrónico	Medellín y Antioquia estarán en la feria de turismo vacacional más importante de Colombia	Juan Paz (Internet)	$8.297.500
24/02/2025	FEBRERO	Medio electrónico	Medellín y Antioquia mostrarán su potencial turístico en Anato 2025	Minuto 30 (Internet)	$8.297.500
24/02/2025	FEBRERO	Medio electrónico	Medellín y Antioquia participarán en la edición 44 de la Vitrina Turística Anato	Caracol Radio (Internet)	$9.725.000
24/02/2025	FEBRERO	Medio electrónico	Medellín y Antioquia estarán en la Vitrina Turística Anato 2025	Vivir en el Poblado (Internet)	$8.297.500
24/02/2025	FEBRERO	Medio electrónico	Medellín y Antioquia se preparan para Anato 2025, la feria de turismo más importante de Colombia	IFM Noticias (Internet)	$7.225.000
24/02/2025	FEBRERO	Medio electrónico	Medellín y Antioquia participarán en la principal feria de turismo de Colombia	Hora 13 (Internet)	$7.477.875
24/02/2025	FEBRERO	Medio electrónico	Anato 2025: Medellín y Antioquia estarán en la feria de turismo vacacional más importante de Colombia	Mi Oriente (Internet)	$8.297.500
25/02/2025	FEBRERO	Periódico impreso	Medellín y Antioquia estarán en feria de turismo en Bogotá	ADN (Medellín)	$2.237.500
25/02/2025	FEBRERO	Medio electrónico	Medellín y Antioquia se destacan en Anato 2025 con su oferta turística innovadora	Las Noticias en Red (Internet)	$8.297.500
25/02/2025	FEBRERO	Radio	Todo está listo en el país para la vitrina turística ANATO	Múnera Eastman Radio - El Informativo	$206.675
27/02/2025	FEBRERO	Medio electrónico	Anato 2025: Gobernación de Antioquia y Alcaldía de Medellín trabajan unidos para sacar adelante la región en turismo	IFM Noticias (Internet)	$7.225.000
27/02/2025	FEBRERO	Medio electrónico	Medellín en ANATO la feria de turismo más importante de Latinoamérica	IFM Noticias (Internet)	$7.225.000
27/02/2025	FEBRERO	Medio electrónico	Medellín y Antioquia, protagonistas en Anato 2025	Nación Paisa (Internet)	$8.013.293
28/02/2025	FEBRERO	Radio	Antioquia presentó su nueva campaña de turismo en Corferias	Caracol Radio (Medellín) - Hoy por Hoy (Enlaces)	$2.028.600
28/02/2025	FEBRERO	Medio electrónico	Medellín y Antioquia en Anato 2025: 20 empresarios ofertan un turismo diverso que sorprende	Noticias y Respuestas (Internet)	$8.297.500
02/03/2025	MARZO	Medio electrónico	Medellín y Antioquia cerraron con éxito su participación en ANATO 2025 con proyecciones de negocio por $2.000 millones	IFM Noticias (Internet)	$7.225.000
03/03/2025	MARZO	Medio electrónico	Medellín y Antioquia concluyeron su participación en Anato 2025 con alianzas estratégicas	Minuto 30 (Internet)	$8.297.500
03/03/2025	MARZO	Medio electrónico	Medellín y Antioquia cierran con éxito la Vitrina Turística Anato 2025 con $2.000 millones en oportunidades de negocios	Las Noticias en Red (Internet)	$8.297.500
04/03/2025	MARZO	Medio electrónico	Medellín y Antioquia fortalecen alianzas internacionales en Anato 2025	Análisis Urbano (Internet)	$7.477.875
04/03/2025	MARZO	Medio electrónico	Medellín y Antioquia cierran con éxito su participación en la Vitrina Turística Anato 2025 - El Metro	El Metro (Internet)	$7.477.875
04/03/2025	MARZO	Medio electrónico	Antioquia y Medellín se destacaron en ANATO 2025 con proyección de negocios por $1.780 millones	IFM Noticias (Internet)	$7.225.000
04/03/2025	MARZO	Medio electrónico	Medellín y Antioquia se posicionan como destinos turísticos	Vivir en el Poblado (Internet)	$8.297.500
04/03/2025	MARZO	Radio	Cerca de 2 mil millones en oportunidades de negocio en Medellín y Antioquia	Múnera Eastman Radio - El Informativo	$3.968.160
05/03/2025	MARZO	Medio electrónico	Colombia foco de expansión para Faranda Hotels & Resorts #Anato225	Yulder Redex (Internet)	$8.297.500
					$175.190.728

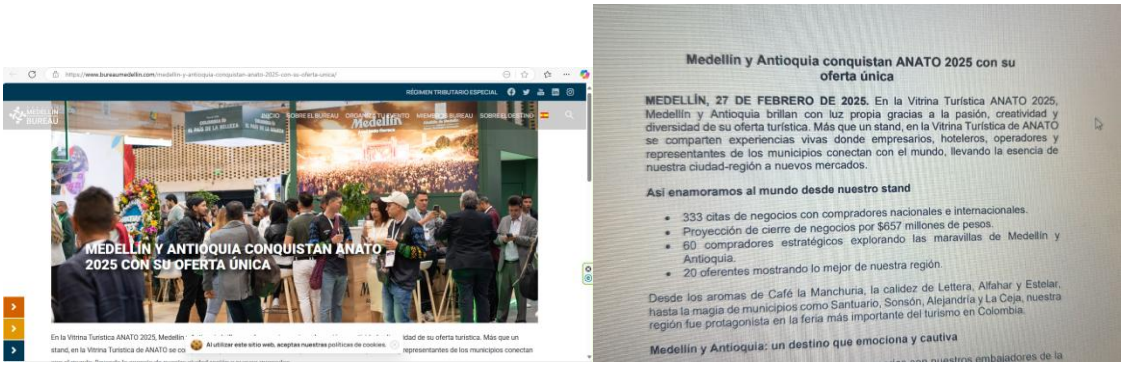
Evidencias:



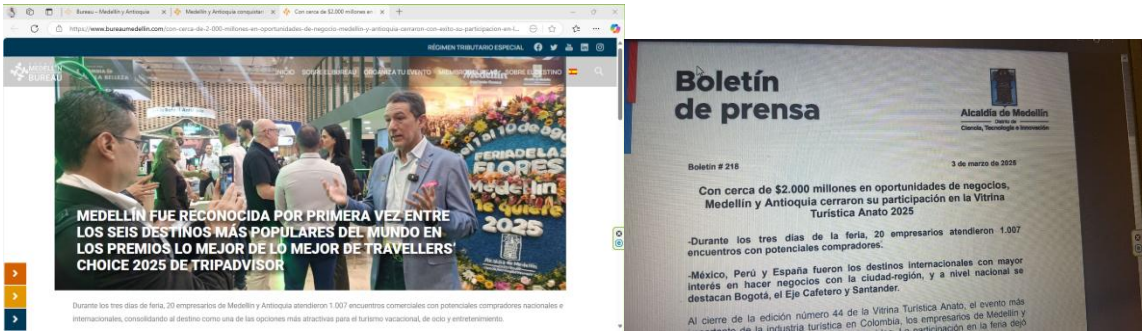
Ronda de medios: vocero del distrito – Secretario de Turismo Jose Alejandro durante entrevistas en diferentes medios de comunicación: Infobae, Infotur Latam, El Espectador, Red +, respectivamente febrero 24 de 2025



Boletín de prensa remitido como previa a la participación en la feria, febrero 25 de 2025



Boletín de prensa remitido durante la participación en la feria, febrero 27 de 2025



Boletín de prensa remitido después de la participación de la ciudad en la feria ANATO 2025, marzo 3 de 2025

2.2.3. Participar en ferias y eventos para el mercado internacional del segmento vacacional

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de participaciones en ferias y/o eventos internacionales	3	1 – 33%	1
Número de planes de medios ejecutados durante participación en ferias y/o eventos internacionales	2	0 – 0%	0

La participación de Medellín en ferias y eventos internacionales tiene como objetivo posicionar la ciudad ante agencias mayoristas y expertos del turismo vacacional en mercados estratégicos. A través de ruedas de negocios, networking y espacios de relacionamiento, se busca expandir la oferta turística, visibilizar nuevos territorios y comunas con potencial, y promover productos innovadores que diversifiquen el destino. Ferias como Colombia Travel Mart, WTM Brasil y USTOA serán escenarios clave, acompañados de planes de medios digitales o gestionados con prensa, para amplificar la presencia de Medellín y fortalecer su proyección global.

Participación de Medellín en la Colombia Travel Mart

Lugar: Pabellón 6 de Corferias – Bogotá
Fecha: jueves 27 y viernes 28 de febrero
Medellín participó en la macro rueda Colombia Travel Mart – CTM organizada por ProColombia que se desarrolla en el marco de la vitrina turística de Anato donde asisten compradores internacionales de agencias mayoristas del segmento vacacional. En esta participación, la ciudad tuvo la oportunidad de conectarse con 20 agencias, conforme se detalla a continuación:

Agencia	Contacto y cargo	País	Paquetes turísticos a Medellín	Comentarios reunión
WEDELL TRAVEL	Federico Gigena/ Socio gerente	Argentina	**2** https://wedelltravel.com/?package=viaje-premium-grupal-a-los-antiguos-con-cueva-de-manos-catedral-de-marmol-lago-posadas-y-bosque-petrificado https://wedelltravel.com/?package=cronograma-viajes-grupales-2024-2025	Estuvo en el fam de Living Trips de Incentivos, conoció un poco de región. Era su primera vez en la ciudad. En Colombia trabajan con Travel Solutions. Tienen grupo para noviembre y diciembre, con el principal objetivo de vivir la alborada en Medellín. La venta se abre en abril. Medellín se combina con el Paisaje Cultural Cafetero.
TOLMO VIAJES	Robinson Valderrama / Fundador	Chile	**2** https://tolmo.cl/destinos/andes-occidentales-y-orientales-colombianos/medellin/ https://tolmo.cl/destinos/andes-occidentales-y-orientales-colombianos/bahia-solano-y-medellin/	Agencia con la que se viene trabajando para promover a Medellín en Chile. Sus dueños Susana y Robinson conocen Medellín porque han estado en diferentes fams. Tienen un plan de trabajo con ProColombia para promover en general el país y la idea es participar como destino en varias acciones, ya se le pidió reunión al asesor para revisar y participar con: 1. Pauta con video en los cines de Cinépolis - abril 2. Capacitaciones con clientes en el marco del workshop de ProColombia - junio 3. Participar en el workshop de ProColombia – junio.
YINDI TRAVEL	Anabel Días / Co-Founder & Senior Travel Designer	Bélgica	https://yinditravel.com/bestemmingen/slovenie/colombia	Trabajan con Neptuno. Es su primera vez en Colombia, aprovechará para estar en Medellín después del cierre de la feria CTM. Estará en Quinta Ladera, se

				le hizo enlace con Yuliana Jaramillo. Se le hizo presentación del destino y mostró interés en el producto de compras y arte.
BIG ROCK TRAVEL	Terri Weeks / Founder	Estados Unidos	0 paquetes bigrocktravel.com	Actualmente no tiene a Colombia en su portafolio, porque sus productos priorizados son Norte América y Europa. Es su primera vez en Colombia, fue a Medellín en fam con Impulse Travel y le gustó mucho, especialmente Comuna 13. Se le referenció varios operadores de Medellín, para que sean tenidos en cuenta en su trabajo con el destino.
GOLDEN VACATIONS MAYORISTA DE TURISMO	Paulina Mejía / Jefa de operaciones Cuenca	Ecuador	**3** https://drive.google.com/drive/folders/19i_otzPRiKdoHfv1jAaVi66sP5oOxIiw https://docs.google.com/document/d/1BPQ8a901qx2vdxfGQe6_7SmC7bK5uzeD/edit?tab=t.0 https://docs.google.com/document/d/1B_VVlgqHHhW2aqsRAoofW3EaiQWcMTAR/edit?tab=t.0	Agencia con casa matriz en Quito, pero con oficinas en Cuenca y Guayaquil. Venden Colombia y Medellín. Llegan mucho por Panamá y combinan la ciudad con Bogotá, Cartagena de Indias y Panamá. Trabajan con públicos como: grupos, familias, FITs. Ha ido a Medellín 2 veces. Trabajan con Somos Viajes y Destino Colombia. Se hará capacitación para el equipo y los clientes a fin de fortalecer el mensaje de ciudad.
TRAVEL SERVICES	Cintia Acosta / Producto Suramérica	Argentina	**2** https://www.travelservices.com.ar/paquetes/detalle/13940 https://www.travelservices.com.ar/paquetes/detalle/13939	Agencia basada en Buenos Aires. Trabajan con Panamericana de Viajes y están interesados en promover a Medellín, se debe revisar si se puede hacer alguna acción conjunta de pauta digital. Ha estado en Medellín 2 veces en el desarrollo de fams.
LES SENTIERS DU MONDE	Pierre Couture / Presidente	Canadá	**3** https://lessentiersdumonde.com/tour-item/100-colombie/ https://lessentiersdumonde.com/tour-item/decouverte-de-la-	Estuvo participando en famtrip en Medellín. Su agencia inició con recorridos de aventura, pero ahora trabajan cultura y otras temáticas más diversas. Manejando un 75% slow y 25% experiencias

			colombie/ https://lessentiersdumonde.com/tour-item/experience-colombie/	Recién inició la venta del país y tiene en su portafolio a Medellín, solo y combinado con Paisaje Cultural Cafetero - PCC
SURREAL JOURNEYS	Iris Martin / CEO	Estados Unidos	0 paquetes https://surrealjourneystravels.com/	Aun no venden Colombia, pero están en el proceso de incluir el país en el portafolio. Vino a famtrip con Impulse Travel y conoció ciudad y región. Se le recomendó: a True Colombia y a Colombia Travel Operator. De la región conoció a Bosko y Cannúa. De ciudad se le recomendó Estelar y Faranda, ya que busca hoteles con mucha capacidad y estos cumplían con el requerimiento.
SORYMAR TRAVEL AND TOURS	Solesnir González / Gerente General	Puerto Rico	0 paquetes www.sorymartravelandtourspr.com	Venden Colombia, pero en planes específicos. Tuvo varios problemas en pandemia y está retomando el mercado. Trabajaban con Innoba y ahora con Papayote Travel y conocen Medellín y región. Están interesados en vender Feria de Flores, pero en años pasados se vio afectada por temas de graderías y problemas logísticos en los ingresos de la feria, entre otros.
CATIVA OPERADORA	Rodrigo Oliveira / Operaciones Internacionales	Brasil	**2** https://www.cativaoperadora.com.br/pacote/saidas-diarias/ate-junho-de-2025-10-dias/colombia-historia-modernidade-sol https://www.cativaoperadora.com.br/pacote/saidas-diarias/ate-junho-de-2025-11-dias-2/essencias-da-colombia	Fue a Medellín con un fam de Gema Tours. Es la primera vez en Medellín. Trabaja con All Reps y Green Travel. Requiere material para promover el destino.
BWT OPERADORA	Nathalia Bezerra / Producto internacional	Brasil	**3** https://www.bwtoperadora.com.br/roteiros/colombia/bogota-e-medellin	Agencia de turismo que ha estado operando en el mercado brasileño durante 12 años. Su modelo de negocio es 100% B2B,

			https://www.bwtoperadora.com.br/roteiros/colombia/cores-da-colombia-bogota-cartagena-e-medellin https://www.bwtoperadora.com.br/roteiros/colombia/medellin-cartagena-e-bogota-premium	ofreciendo servicios a agentes de viajes a través de un sistema online avanzado, además de productos y servicios FIT & Groups en todo el mundo. Su oficina principal está ubicada en Curitiba, pero también tienen sucursales en Joinville, Porto Alegre, Vitória, Río de Janeiro y Manaos. Quieren conseguir uno o varios socios comerciales para vender experiencias y destinos en Colombia y diversificar el portafolio de destinos y experiencias en Colombia.
TU DESTINO	Alfonso Marzano / Gerente General	Chile	0 paquetes www.tudestino.cl	Operador mayorista emisivo en Chile, con más de 3 años en el mercado, con un modelo de negocio B2B, enfocados únicamente en atender a agencias de viajes y agentes de viajes, presentando una parrilla de productos multi destinos. 1ra vez en Medellín, estuvo en fam de Gema Tours. Quiere hacer mucha promoción de Medellín en Chile y hacer capacitaciones en el marco del workshop de ProColombia en junio. Trabajan con Panamericana de Viajes.
MUNDO TOTAL O & L REPRESENTACIONES	Liliana Salas / Gerente de Ventas	Perú	0 paquetes www.mundototalreps.com	Conoce a Medellín, se debe enviar calendario de eventos. Hacer capacitación previa al workshop de ProColombia en Perú.
BESTBUY TRAVEL	Stephanie Pereira / Producto Internacional	Brasil	0 paquetes bestbuytravel.com.br/	Es su tercera vez en Colombia. Estuvo en fam trips de Medellín con Gema Tours. Venden de Colombia lo principal: Bogotá y Cartagena de Indias, Medellín ha ido creciendo en el mercado. Trabajan con Gema Tours los productos individuales y con Panamericana de Viajes, los grupos. BestBuy es una operadora

				de turismo con más de 10 años de experiencia en el mercado, especializada en ofrecer soluciones completas y personalizadas para viajes. Actualmente tienen a más de 4 mil agentes de viajes en todo Brasil y cuentan con más de 1 millón de hoteles en el portafolio.
CLUB AVENTURE	Bernard Bacle / Manager	Canadá	0 paquetes clubaventure.ca	Agencia especializada en grupos pequeños y hechos a la medida. Se enfocan en lujo. Aún no tienen el país en su portafolio.
TARUK INTERNATIONAL	Verena Perschke / Product Management Latin America	Alemania	0 paquetes www.taruk.com	No venden Colombia actualmente, pero vino a conocer el país. Estuvo en fam con Travelombia en Medellín y también estuvo reunida con Kiubo. Esperan incluir el país en su portafolio ya que tienen otros países de Latam en venta. Son especialistas en grupos pequeños
CVC CORP	Nikol Contecha / Country Manager	Brasil	0 paquetes https://www.cvccorp.com.br/	CVC Corp es uno de los grupos de viaje más grandes de Latinoamérica, con marcas que actúan en Brasil, Argentina y Estados Unidos, en los segmentos vacacional y de ocio, corporativo/negocios, educación (intercambio cultural en el extranjero), gestión y alquiler de viviendas (en EE.UU. y Brasil). Se hará reunión ampliada en Medellín con Nikol, ya que actualmente se fue a vivir a Medellín.
LOST IN ADVENTURE TRAVEL	Stephanie Cantwell / Owner	Estados Unidos	0 paquetes lostinadventuretravel.com	Aún no venden Colombia. Estuvo en fam en Medellín con Impulse Travel. Se enfocan en viajes de aventura y grupos de familia. Buscan aliados para Colombia. Se le compartió toda la información del destino.

OKUSHU TOURS	Lisa Lau / Manager	Canadá	1 https://okushu.com/country/medellin-city-stop/	Es la primera vez que está en Colombia. Venden Colombia y Medellín, pero puede aumentar. Iba al fam de Colombia Travel Operator pero no pudo llegar por conexión en el vuelo. Dentro de sus productos se encuentra arte y cultura. De Medellín tienen incluido el producto de transformación y la Comuna 13.
ABREU	Luca Souza / Gerente de Productos	Brasil	0 paquetes www.abreutur.com.br	Mayorista de Portugal, con oficina en 8 ciudades de Brasil. Venden de Colombia a Bogotá y Cartagena de Indias. Aún no conoce Medellín. Trabaja con All Reps. Trabajan B2B (70%) y B2C (30%). Quieren sacar un famtrip para Colombia. Importante hablar con Nicolás para apoyarlo con diferentes herramientas, buscando que se incluya a Medellín.
	TOTAL DE CITAS	**19**		

En relación con los planes de medios, se proyecta que los mismos se ejecuten en el marco de una feria internacional de impacto conforme mercados objetivos, se está en proceso de identificación de la feria donde esta actividad pueda entregar mayor impacto.

Evidencias:



CTM en Corferias: Robinson Valderrama de Viajes Tolmo de Chile, jueves 27 de febrero



CTM en Corferias: Nikol Contecha de CVC de Brasil, viernes 28 de febrero

2.2.4. Activaciones para la promoción de destino en mercados priorizados

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de activaciones de destino realizadas	2	0 – 0%	0

Las activaciones de destino son intervenciones creativas que permiten promocionar a Medellín a través de experiencias memorables que cautivan al público y generan nuevas percepciones del territorio. Con el objetivo de visibilizar atributos, productos y valores diferenciadores de la ciudad, se realizarán dos activaciones en mercados internacionales priorizados. Estas acciones, desarrolladas en articulación con empresarios y gremios locales, buscan fortalecer el posicionamiento de Medellín como un destino atractivo, innovador y competitivo ante los públicos de interés turístico.

Durante el mes de febrero no se reporta ejecución en esta actividad, sin embargo, se viene ideando el desarrollo de un evento de promoción con mayorista internacional donde se haga una activación de alguna manifestación cultural como: silleteros, arte urbano, baile o gastronomía. Esta actividad se ideará en articulación con el equipo de la subsecretaría a través del subcomité de industria turística del mes de marzo.

2.2.5. Realizar gestión comercial de la ciudad como destino turístico a nivel internacional.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes febrero
Número de acciones comerciales en mercados internacionales	3	0 – 0%	0

Como parte de la promoción internacional de Medellín, se llevará a cabo un workshop o agenda comercial en un mercado priorizado como México, Argentina o Chile. A través de visitas uno a uno a agencias mayoristas, se presentará la oferta turística de la ciudad adaptada a los intereses de sus clientes, y se capacitarán los equipos de producto y ventas para facilitar su comercialización. Esta acción fortalece el posicionamiento de Medellín como destino competitivo, promueve su inclusión en portafolios internacionales y genera oportunidades concretas de negocio.

En el mes de febrero, Procolombia, publicó la agenda oficial de participaciones internacionales del país, por lo que se avanzó en la identificación de los mercados potenciales a las cuales la ciudad se presentaría. Lo anterior, permitirá construir la propuesta de participaciones que será socializada en el subcomité de Industria Turística.

Evidencias:



Programación de participaciones internacionales remitida por Procolombia, febrero de 2025.

2.2.6. Articular con empresarios para la realización conjunta de fam trips del segmento vacacional

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes febrero
Número de acciones de fam trip con empresarios	10	3 – 30%	3

A través de la articulación con empresarios, aerolíneas y hoteles, se desarrollarán fam trips o viajes de familiarización dirigidos a mayoristas, agencias, touroperadores, DMCs y compradores nacionales e internacionales. Estas visitas permiten que los actores clave del sector turístico vivan de primera mano la experiencia del destino, conozcan su infraestructura, productos y servicios, y así se incentive la inclusión de Medellín en sus portafolios. Esta estrategia fortalece la visibilidad de la ciudad y aumenta su presencia en los catálogos turísticos a nivel internacional.

Apoyo al fam trip de Procolombia y Colombia Travel Operator
Fecha: viernes 21 de febrero
Se brindó apoyo en la gestión del fam trip organizado por la agencia Colombia Travel Operator, la cual lideró el fam trip de ProColombia previo a la macro rueda Colombia Travel Mart. Durante la actividad, se convocaron a 10 compradores internacionales de Suramérica, Norteamérica y Europa.

Durante su estadía en la ciudad, visitaron lugares emblemáticos como la zona de Provenza, la Plaza Botero y el macro mural Constelaciones. A continuación, se detallan los asistentes al fam trip y los paquetes que ofrece cada agencia donde está incluido Medellín:

Agencia	Mercado	Contacto	Paquetes turísticos a Medellín	Página web
BWT OPERADORA	Brasil	Nathália Bezerra	**3** https://www.bwtoperadora.com.br/roteiros/colombia/bogota-e-medellin https://www.bwtoperadora.com.br/roteiros/colombia/medellin-cartagena-e-bogota-premium https://www.bwtoperadora.com.br/roteiros/colombia/cores-da-colombia-bogota-cartagena-e-medellin	https://www.bwtoperadora.com.br/
GLP WORLDWIDE EXPEDITION TRAVEL AND TOURS	Canadá	Patrick Tsung	0	https://www.travelfortravellers.com/
TRAVEL PLANNERS INTERNATIONAL	Estados Unidos	Ed Postal	0	https://www.travelplannersinternational.com/
KEW BRIDGE TRAVEL	Inglaterra	John Coles	0	https://www.kewbridgetravel.com/
LES SENTIERS DU MONDE	Francia	Pierre Couture	**3** https://lessentiersdumonde.com/tour-item/100-colombie/ https://lessentiersdumonde.com/tour-item/experience-colombie/ https://lessentiersdumonde.com/tour-item/decouverte-de-la-colombie/	https://lessentiersdumonde.com/
OFF WE GO TRAVEL	Estados Unidos	Sara Leonard	0	https://www.owgtravel.com/Home.html
OKUSHU TOURS	Canadá	Lisa Lau	**1** https://okushu.com/country/medellin-city-stop/	https://okushu.com/
PALACE TOURS	Estados Unidos	Supinder Singh	**1** https://www.palacetours.com/r-	https://www.palacetours.com/index.aspx

			Colombia-tours/t-tour-of-Colombia-Bogota-Medellin-Cartagena	
SEABLE HOLIDAYS	Inglaterra	Damiano La Rocca	0	https://seable.co.uk/
VOYAGES SENSASS	Francia	Kamar Aquida	0	https://voyages-sensass.com/

Evidencias:



Compradores fam de Colombia Travel Operator durante visita al Restaurante Casa Uribe, viernes 21 de febrero

Apoyo al fam trip de Procolombia y Transfers & Tours
Fecha: sábado 22 de febrero
se respaldó la operación del fam trip liderado por la agencia Transfers & Tours, en el que participaron 10 compradores internacionales de Latinoamérica, previo a la macro rueda Colombia Travel Mart de ProColombia.

Como parte de la experiencia en la ciudad, el Distrito de Medellín se vinculó con una cena de bienvenida en el restaurante La Matriarca Poblado, destacando la cultura gastronómica paisa. A continuación, se detallan los asistentes al fam trip y los paquetes que ofrece cada agencia donde está incluido Medellín:

Agencia	Mercado	Paquetes turísticos a Medellín	Página web
Palatinos Travel	Ecuador	0	https://palatinos.com.ec/ B2B
Más Travel	Ecuador	**1** https://drive.google.com/file/d/1VcoEBakoWGgc8xl-GIdfC10Ff6amybAa/view	http://www.mastravel.ec/

		22 tours opcionales https://drive.google.com/file/d/14i3zLPRxJhKahGmtpgDGsb3J4GJlGGiF/view	
CIC Perú Travel	Perú	0	https://www.cicperu.travel/public/default.aspx
Trotamundos Reps	Perú	**2** https://www.trotamundosreps.com.pe/colombia-paso-a-paso https://www.trotamundosreps.com.pe/last-minute-colombia	https://www.trotamundosreps.com.pe/
Perú Routes Mayorista SAC	Perú	**1** https://peruroutesmayorista.com/Sudamerica	http://peruroutesmayorista.com/
NS Servicios Turísticos SRL	República Dominicana		https://www.instagram.com/ns.turismord/
Representaciones Turísticas Mundiales SRL ´RTM´	Bolivia	0	http://rtmbolivia.travel/es
Viajes Fama	México	**3** https://www.viajesfama.com/viaje/viaje/colombia-con-encanto-y-medelln-_VFARCEM-VJ https://www.viajesfama.com/viaje/viaje/colombia-clsica_VFBOMEYCA https://www.viajesfama.com/viaje/viaje/sabor-colombiano_VFARSCO-VJ	https://www.viajesfama.com/
Travel Associates	México	**1** https://www.travel-associates.mx/ofertasinternacionales/con-sabor-a-colombia	https://www.travel-associates.mx/
First Class Services	Puerto Rico	0	https://www.facebook.com/p/First-Class-Services-Inc-100057865441619/

Evidencias:



Algunos compradores fam de Transfers & Tours durante visita al Restaurante La Matriarca / sábado 22 de febrero

Apoyo al fam trip de Procolombia y Living Trips
Fecha: domingo 23 de febrero
Se apoyó en la gestión del fam trip organizado por ProColombia y operado por la agencia Living Trips, previo a la macro rueda Colombia Travel Mart. En esta actividad participaron 9 compradores internacionales de Latinoamérica, quienes tuvieron una agenda en ciudad-región y visitaron adicionalmente el Paisaje Cultural Cafetero.

A continuación, se detallan los asistentes al fam trip y los paquetes que ofrece cada agencia donde está incluido Medellín:

Agencia	Mercado	Contacto	Paquetes turísticos a Medellín	Página web
Castellum Ixchel	Ecuador	Eliana Vivanco	**2** https://www.instagram.com/p/DFIdfr9u-dY/?igsh=MWRmMm0wbWdpc243dQ== https://www.instagram.com/p/DCZPPRIu4tH/?igsh=ZGttMjA4ZDhiZzE=	https://castellum.com.ec/
Edenia Network	España	Andrés Cruz	**1** https://www.enetworktravel.com/destino.asp?id=494	https://www.enetworktravel.com/index.asp
Gestur	República Dominicana	Marian Brand	0	https://gestur.com.do/
Molina Viajes	Venezuela	Vanessa Montano	0	https://www.molinaviajes.com/
Reimagine Travel	México	Mauricio Hanna	0	https://www.instagram.com/reimagine.travel/

Sevens Travel	Uruguay	Cintia Correa	**2** https://www.sevenstravel.com.uy/paquete/2799/10 https://www.sevenstravel.com.uy/paquete/3002/10	https://www.sevenstravel.com.uy/inicio
Tolmo Viajes	Chile	Robinson Valderrama	**2** https://tolmo.cl/destinos/andes-occidentales-y-orientales-colombianos/medellin/ https://tolmo.cl/destinos/andes-occidentales-y-orientales-colombianos/bahia-solano-y-medellin/	https://tolmo.cl/
Travel Now Wholesaler	Costa Rica	Sofia Castro	**2** https://www.travelnowcr.com/promociones/	https://www.travelnowcr.com/
Travel Services	Argentina	Cintia Acosta	**2** https://www.travelservices.com.ar/paquetes/detalle/13939 https://www.travelservices.com.ar/paquetes/detalle/13940	https://www.travelservices.com.ar/

Evidencias:



Compradores durante fam con Living Trips en el Restaurante El Herbario, domingo 23 de febrero

2.2.7. Realizar estrategia de visibilidad con anfitriones a través de recorridos y/o experiencias de ciudad

Como parte de la estrategia de visibilidad nacional e internacional, se realizarán recorridos de relacionamiento con empresarios y actores clave del sector turístico, diseñados para divulgar productos y atractivos de Medellín. Estos recorridos, dirigidos a grupos de máximo 8 personas, ofrecerán una experiencia personalizada según los intereses del grupo y las prioridades del Distrito, fortaleciendo el vínculo con el destino. Incluyen transporte, alimentación y articulación con la oferta local, generando conexiones estratégicas que potencian la promoción y comercialización de la ciudad**.**

Durante el mes de febrero no se reportan avances en esta actividad. La ejecución de la actividad se realizará en articulación con la secretaria de Turismo y Entretenimiento para identificar los actores claves que conforme su impacto en la estrategia de promoción, sean susceptibles de ser parte de los recorridos.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de recorridos y/o experiencias de ciudad con anfitriones realizadas	5	0 – 0%	0

ACCIÓN 3. COMUNICACIONES

Esta acción está orientada al fortalecimiento de la comunicación del destino mediante tres objetivos clave: informar, promover y articular. A través de la generación constante de contenidos noticiosos y de valor, se posicionará a Medellín como una fuente confiable y especializada para el sector turístico. Paralelamente, se promoverán los atributos y logros de la ciudad mediante una agenda temática que destaque su potencial de manera masiva. Finalmente, se establecerán relaciones estratégicas con medios locales y nacionales para consolidar redes de información, amplificar el alcance de las acciones y garantizar mensajes pertinentes, oportunos y con alto impacto.

3.2.3.1. Gestión con medios de comunicación

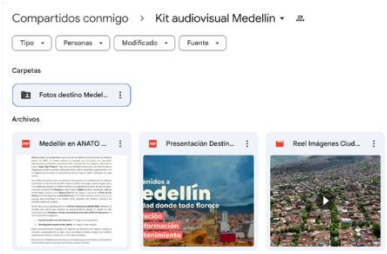
Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes febrero
Número de kits de prensa enviados	10	1 – 10%	1

Participación de Medellín en la Vitrina Turística de ANATO 2025: gestión de contenido editorial
Lugar: Medellín
Fecha: 28 de febrero de 2025
Se realizó un envío de un kit de contenido editorial a través de mail en el marco de ANATO, a las bases de datos del público especializado vacacional, público especializado MICE y periodistas locales, nacionales e internacionales con información sobre la proyección del destino para este año. Este kit incluye un artículo con información general del destino, la presentación del destino, un reel de imágenes de apoyo y fotografías generales del destino. Adicionalmente, se realizó una proyección de los temas de los kits de los próximos 10 meses.

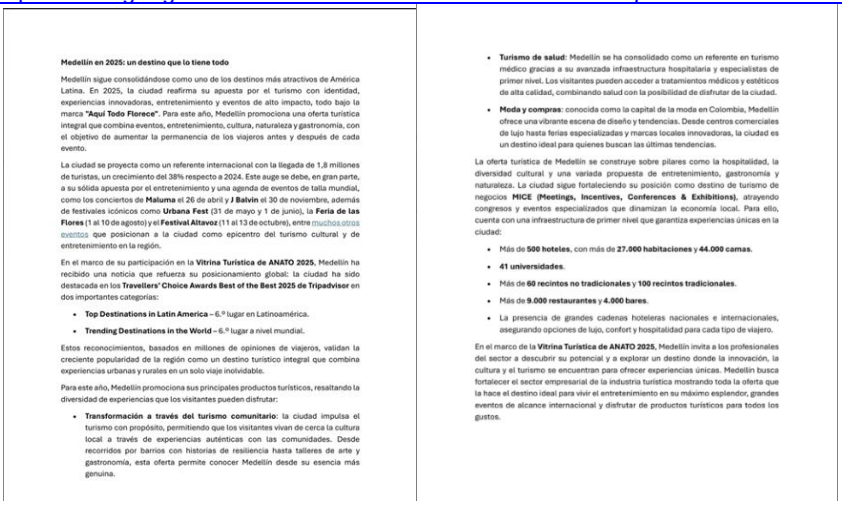
Evidencias:



Diseño y maquetación del correo electrónico enviado, febrero de 2025



Kit de contenidos editoriales enviados, febrero de 2025. Link de ingreso: https://drive.google.com/drive/folders/1ZRF0BOouBXd5fkXVju10ViW_IdV2A3DY



Medellín en 2025: un destino que lo tiene todo

Medellín sigue consolidándose como uno de los destinos más atractivos de América Latina. En 2025, la ciudad reafirma su apuesta por el turismo con identidad, experiencias innovadoras, entretenimiento y eventos de alto impacto, todo bajo la marca **"Aquí Todo Florece"**. Para este año, Medellín promociona una oferta turística integral que combina eventos, entretenimiento, cultura, naturaleza y gastronomía, con el objetivo de aumentar la permanencia de los viajeros antes y después de cada evento.

La ciudad se proyecta como un referente internacional con la llegada de 1,8 millones de turistas, un crecimiento del 38% respecto a 2024. Este auge se debe, en gran parte, a su sólida apuesta por el entretenimiento y una agenda de eventos de talla mundial, como los conciertos de **Maluma** el 26 de abril y **J Balvin** el 30 de noviembre, además de festivales icónicos como **Urbana Fest** (31 de mayo y 1 de junio), la **Feria de las Flores** (1 al 10 de agosto) y el **Festival Altavoz** (11 al 13 de octubre), entre muchos otros eventos que posicionan a la ciudad como epicentro del turismo cultural y de entretenimiento en la región.

En el marco de su participación en la **Vitrina Turística de ANATO 2025**, Medellín ha recibido una noticia que refuerza su posicionamiento global: la ciudad ha sido destacada en los **Travellers' Choice Awards Best of the Best 2025 de Tripadvisor** en dos importantes categorías:

- **Top Destinations in Latin America** – 6.º lugar en Latinoamérica.
- **Trending Destinations in the World** – 6.º lugar a nivel mundial.

Estos reconocimientos, basados en millones de opiniones de viajeros, validan la creciente popularidad de la región como un destino turístico integral que combina experiencias urbanas y rurales en un solo viaje inolvidable.

Para este año, Medellín promociona sus principales productos turísticos, resaltando la diversidad de experiencias que los visitantes pueden disfrutar:

- **Transformación a través del turismo comunitario**: la ciudad impulsa el turismo con propósito, permitiendo que los visitantes vivan de cerca la cultura local a través de experiencias auténticas con las comunidades. Desde recorridos por barrios con historias de resiliencia hasta talleres de arte y gastronomía, esta oferta permite conocer Medellín desde su esencia más genuina.
- **Turismo de salud**: Medellín se ha consolidado como un referente en turismo médico gracias a su avanzada infraestructura hospitalaria y especialistas de primer nivel. Los visitantes pueden acceder a tratamientos médicos y estéticos de alta calidad, combinando salud con la posibilidad de disfrutar de la ciudad.
- **Moda y compras**: conocida como la capital de la moda en Colombia, Medellín ofrece una vibrante escena de diseño y tendencias. Desde centros comerciales de lujo hasta ferias especializadas y marcas locales innovadoras, la ciudad es un destino ideal para quienes buscan las últimas tendencias.

La oferta turística de Medellín se construye sobre pilares como la hospitalidad, la diversidad cultural y una variada propuesta de entretenimiento, gastronomía y naturaleza. La ciudad sigue fortaleciendo su posición como destino de turismo de negocios **MICE (Meetings, Incentives, Conferences & Exhibitions)**, atrayendo congresos y eventos especializados que dinamizan la economía local. Para ello, cuenta con una infraestructura de primer nivel que garantiza experiencias únicas en la ciudad:

- Más de **500 hoteles**, con más de **27.000 habitaciones** y **44.000 camas**.
- **41 universidades**.
- Más de **60 recintos no tradicionales** y **100 recintos tradicionales**.
- Más de **9.000 restaurantes** y **4.000 bares**.
- La presencia de grandes cadenas hoteleras nacionales e internacionales, asegurando opciones de lujo, confort y hospitalidad para cada tipo de viajero.

En el marco de la **Vitrina Turística de ANATO 2025**, Medellín invita a los profesionales del sector a descubrir su potencial y a explorar un destino donde la innovación, la cultura y el turismo se encuentran para ofrecer experiencias únicas. Medellín busca fortalecer el sector empresarial de la industria turística mostrando toda la oferta que la hace el destino ideal para vivir el entretenimiento en su máximo esplendor, grandes eventos de alcance internacional y disfrutar de productos turísticos para todos los gustos.

Aparte del contenido editorial remitido, febrero de 2025.

	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Medio	Procolombia Panamá									
Gestión con medios de comunicación (10)	Medellín la ciudad de los eventos, de gastronomía diversa y una gran escena de arte urbana	Turismo de Semana Santa: Medellín como destino cultural y religioso.	Turismo urbano y transformación social: Comuna 13, arte, cultura.	Medellín, ciudad de eventos y convenciones (MICE). Colombiamoda	Feria de las Flores y la tradición silletera.	Turismo de aventura y naturaleza.	Medellín, ciudad de innovación y creatividad.	Turismo gastronómico: rutas culinarias y restaurantes icónicos.	Medellín y su oferta cultural: museos, teatros y festivales.	Navidad en Medellín: alumbrados y tradiciones paisas.

Proyección de temas para kits de prensa en los próximos meses, marzo de 2025

3.2.3.2. Amplificación de contenidos a través de medios y agencias especializadas

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes febrero
Número de contenidos noticiosos difundidos a través de agencias especializadas	3	0 – 0%	0

Se avanzó con la revisión de la propuesta elegida de Agencia EFE para la realización de estas acciones. Además, se definió que se ejecutarán en el marco de tres temporadas importantes para la ciudad: Semana Santa, Feria de las Flores y Festival de las Luces.

Evidencias:

	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ejecución con Agencia EFE	Nota informativa	Reportaje			Nota informativa	Reportaje		Nota informativa	Reportaje	
Amplificación de contenidos de valor noticiosos a través de medios y agencias especializadas (3)	Invitación a Semana Santa	Así se vive la Semana Santa en Medellín			Invitación a la Feria de las Flores	Viviendo la Feria de las Flores como ícono cultural		Invitación Festival de las Luces	El encanto del alumbrado navideño en el Festival de las Luces	

Planeación de las actividades con agencias especializadas, marzo de 2025

3.2.3.3. Articulación con empresarios para la realización conjunta de press trips de ciudad

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes febrero
Número de acciones de press trip con empresarios	8	0 – 0%	0

Se avanza en la planeación e identificación de trabajo conjunto con aliados locales para el desarrollo de 3 press trips, se proyecta que podrían realizarse en mayo y en junio, sin embargo, se continúa avanzando en un itinerario de experiencias de ciudad acorde a los influenciadores, periodistas asistentes y la oferta de ciudad que se quiere resaltar.

	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Aliado			Grupo Carmén	Grupo Carmén						
Articulación con empresarios para la realización conjunta de press trips de ciudad (8)			Brasil (7al 10)	Argentina (3 al 6) y Centro América (26 al 30)						

Planeación de los apoyos a press trip de ciudad, marzo de 2025

3.2.3.4. Publicación en revistas especializadas de turismo

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes febrero
Número de publicaciones en revista especializada	1	0 – 0%	0

Se avanzó en la revisión de las revistas especializadas y las posibilidad y resultados que cada una entrega, conforme este análisis se proyecta la realización de una publicación en Time Out, en el marco de la Feria de las Flores.

Evidencias:

	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Medio						Time Out				
Publicación en revistas especializadas de turismo (1)						Feria de las Flores y transformación en la ciudad donde todo florece				

Planeación de publicación en revistas especializadas, marzo de 2025

3.2.3.5. Publicación en medios especializados de la industria vacacional

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes febrero
Número de contenidos publicados en medios especializados	2	0 – 0%	0

Esta acción se encuentra en etapa de investigación y definición de ferias internacionales para articular con las publicaciones. Por ahora, se proyecta publicar en el marco de FIT que se realiza en septiembre en Argentina.

3.2.3.6. Desarrollar acciones de comunicación y/o relacionamiento con las aerolíneas

Con el objetivo de mantener e impulsar la conectividad aérea nacional e internacional de Medellín, se ejecutarán acciones de promoción conjunta con aerolíneas que operan desde los aeropuertos José María Córdova (MDE) y Olaya Herrera (EOH). Estas estrategias buscan asegurar una ocupación óptima en los vuelos, incrementar la llegada de turistas desde mercados priorizados y posicionar a Medellín como un destino atractivo ante el público final y el sector turístico profesional, fortaleciendo su visibilidad y competitividad en rutas clave.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de acciones desarrolladas con aerolíneas	5	1 - 20%	1

Acción de promoción de Medellín en el mercado costarricense en articulación con Wingo
Lugar: San José de Costa Rica
Fecha: miércoles 19 y jueves 20 de febrero del 2025
En conjunto con la aerolínea Wingo, se llevó a cabo un evento de promoción de Medellín como destino turístico vacacional para las principales agencias y mayoristas del mercado costarricense. Al evento asistieron 40 agentes de viajes. El evento fue un desayuno en el hotel Radisson de San José, donde se presentó la información de la aerolínea y toda la oferta turística de Medellín.
Esta acción fue además complementada por Wingo con una gira de medios donde su vocero Jorge Jiménez - VP Comercial, habló de la conectividad directa entre San José y Medellín y donde habló del destino en general, y a partir de esto se han publicado varias noticias, a continuación, se relacionan algunas:

1. Radio Teletica: ¿Por qué visitar Colombia se ha vuelto tan atractivo para los ticos?
2. Observador: https://observador.cr/es-caro-costa-rica-para-viajar-vocero-de-la-aerolinea-wingo-cuenta-lo-que-opinan-los-colombianos/
3. La Nación: Wingo adelanta lanzamiento de vuelo adicional entre San José y Medellín por alta demanda | La Nación
4. La Nación: ¿Por qué viajan tanto los ticos a Medellín? Esto dice un ejecutivo de la aerolínea Wingo | La Nación

Evidencias:



Video saludo del Secretario José Alejandro González durante la acción de promoción en el Hotel Radisson, San José de Costa Rica, 19 de febrero de 2025.



Desayuno con agentes de viajes en el Hotel Radisson, San José de Costa Rica, 19 de febrero de 2025

3.2.3.7. Monitoreo de publicaciones en medios internacionales

El monitoreo de prensa es una herramienta estratégica esencial para evaluar y optimizar las acciones de comunicación del destino Medellín. A través del seguimiento de medios internacionales, se realizará una valoración cualitativa de las publicaciones que permita medir el impacto, identificar oportunidades de mejora, mitigar riesgos reputacionales y fortalecer la percepción del destino en los mercados globales. Esta acción asegura que la promoción de Medellín sea coherente, efectiva y alineada con los objetivos de visibilidad internacional.

Como parte del ejercicio de planeación del proceso de monitoreo, se analizaron y definieron las agencias que van a realizar la medición los meses que de manera estratégica se abordaría a cada una.

Producto/entregable	Cantidad	Consolidado 2025	Logro mes de febrero
Número de valoraciones free press en medios internacionales realizadas	10	0 – 0%	0

	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Agencia	EFE	EFE	Punto Cardinal	Punto Cardinal	EFE	EFE	Punto Cardinal	EFE	EFE	Punto Cardinal
Monitoreo de publicaciones en medios internacionales (10)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Planeación del proceso de monitoreo de medios, febrero de 2025

- **Porcentaje de ejecución física del contrato (acumulativo conforme la proyección o cronograma realizado para la entrega de actividades o productos).**

Al 28 de febrero de 2025, se reporta un avance en la ejecución física en el contrato del 7%

- **Seguimiento al cumplimiento del Plan de Acción del proyecto asociado a este contrato, en el marco del Plan de Desarrollo: Enunciar que Bien o servicio entrega el contrato y aporta al cumplimiento del Plan de Acción o Plan indicativo (indicadores del Plan de Desarrollo).**

Con las actividades del Contrato se contribuye al cumplimiento de los siguientes indicadores:

Reporte indicadores febrero:

Cod. Indicador/valor estadístico	Tipo	Indicador/Valor estadístico	AVANCE MENSUAL
			febrero 2025
1.4.4	Resultado	Valoración económica de las publicaciones free press generadas en temas de turismo	0

Cod. Indicador/valor estadístico	Tipo	Indicador/Valor estadístico	AVANCE MENSUAL
			febrero 2025
1.4.2.1	Producto	Visitas del sitio web de turismo "Medellín Travel" registradas	1.178

Cod. Indicador/valor estadístico	Tipo	Indicador/Valor estadístico	AVANCE MENSUAL
			febrero 2025
1.4.2.3	Producto	Eventos captados en la ciudad para la generación de turismo	8

Cod. Indicador/valor estadístico	Tipo	Indicador/Valor estadístico	AVANCE MENSUAL
			febrero 2025
DE49BL	Producto	Campañas realizadas	5

Cod. Indicador/valor estadístico	Tipo	Indicador/Valor estadístico	AVANCE MENSUAL
			febrero 2025
DE49BK	Producto	Personas beneficiadas	28

- **Otros aspectos relevantes (registros de cuadros resumen, datos de cumplimiento del cronograma, actas de reunión, soportes, planillas de seguimiento y control, etc.)**

El contratista envía a la supervisión durante los 5 primeros días de cada mes el cronograma de actividades, con el fin de hacer un adecuado seguimiento y si es

posible que la supervisión pueda participar en algunas de las actividades planeadas.

A la fecha se han realizado los siguientes comités técnicos y reuniones de seguimiento, cada uno cuenta con su respectiva acta de reunión:

EJECUCIÓN CRONOGRAMA DE REUNIONES			
TIPO	***FECHA***	***TEMAS TRATADOS***	***EVIDENCIA***
Comité técnico N°1	17 de febrero de 2025	El Comité Técnico N° 1 Contrato N° 4600104161 de 2025.	

El contratista deberá cumplir con los protocolos de bioseguridad y la dotación de los elementos de protección personal de acuerdo con la normativa vigente y con el fin de contribuir a prevenir el contagio del COVID-19.

El Supervisor y/o Interventor, deberá dejar evidenciado el cumplimiento de las obligaciones a cargo del contratista en materia de impuestos y contribuciones aplicables al respectivo contrato. Para ello extraerá del Sistema de Seguimiento a la contratación SAP transacción "ZMMPUR179 - Reporte Retenciones por Contrato", el siguiente cuadro como ejemplo, anotando que la "Descripción del indicador" varía según cada contrato:

No se presentaron en este periodo:

Descripción Indicador	Valor Retención
Estampilla bienestar Adulto Mayor	0
Estampilla Pro Cultura de Medellín 0,5%	0
Estampilla Universidad de Antioquia	0
Ret.impto.renta compra bienes Gener 2.5	0
Retención ICA 2*1000 art 54 Acuer 64/12	0

Retención IVA 15% Ley. 1607 de 2012	0
Tasa Prodeporte Y Recreacion 1.3%	0
Estam.Pro-Innovación	0
Estam.Justic.Familia	0
Total general	0

2. INFORME ADMINISTRATIVO:

Debe contener el detalle de:

- **Verificación de las novedades del personal y del pago de aportes al Sistema de Seguridad Social Integral. Este cuadro aplica para contratos con solidaridad laboral alta, debe contener el resumen de los datos, los cuales deben estar validados como pagados en cada planilla y verificados por el gestor administrativo asignado como apoyo a la supervisión).**

  No aplica para el presente contrato

- **Para los contratos con persona Jurídica de solidaridad laboral baja, se registran los datos de la Certificación firmada por el Revisor Fiscal de la Empresa o por el representante Legal respecto al pago de aportes al Sistema de Seguridad Social Integral y Parafiscales.**

Fecha del Documento	Fechas de cobertura de la certificación del pago realizado al Sistema de Seguridad Social Integral	Relación de los datos de quien firma el documento (Firmado por el Revisor Fiscal o Representante Legal)
04/03/2025	Hasta 28/02/2025	ZULIMA LOPEZ ARANGO T.P. 151637 – T Revisor Fiscal

- **Informe de verificación del cumplimiento de las responsabilidades del contratista frente a la subcontratación autorizada por el Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín (Cuando aplique)**

  No aplica a la fecha.

- **Informe de la gestión realizada para el registro y marcación de los bienes adquiridos en el contrato y que son objeto de marcación, estos son: suministro de bienes muebles, manuales, garantías, estudios, diseños, planos, registros fotográficos, publicaciones, entre otros, esta gestión consiste: (cuando aplique).**

No aplica, porque a la fecha no se han adquiridos bienes en la ejecución del contrato.

- **Informe de las modificaciones realizadas al contrato, como: otrosíes, adiciones, ampliaciones, cambios de obra, suspensiones y reanudaciones, cesiones de contrato. (cuando aplique).**

  A la fecha no se han realizado modificaciones al contrato.

- **Relación de las ausencias temporales o definitivas y redesignaciones de supervisión, tanto para el caso del contratista (enlace) como del contratante (supervisor) y sus periodos de cobertura respectivamente.**

  Por parte de la Secretaria de Turismo y Entretenimiento, para el día 19 de febrero de 2025, desde el nivel directivo de la Secretaría de Turismo y Entretenimiento, deciden hacer cambios en la supervisión en el contrato, así:

  - Melitza Bogallo Cañas, supervisora titular contrato en remplazo de Paula Andrea Duque Sanclemente
  - Luz Helena Martinez Cuello, supervisora Suplente en el contrato, en remplazo de María Fernanda Gutiérrez foronda.
  - Paula Andrea Duque Sanclemente, supervisora de apoyo

Señor (a)
Melitza Bogallo Cañas
Profesional Universitario
Secretaria de Turismo y entretenimiento

ASUNTO: Comunicación de Designación de Supervisión Especializada al Contrato – Convenio No **4600104161 de 2025, según CIP 05 DE 2025**

Respetado Señor (a):

De conformidad con los lineamientos definidos en el Manual de Contratación y en el Plan de Supervisión e Interventoría, desde el PASI en la etapa precontractual el ordenador del gasto, hizo la designación de la vigilancia de la ejecución del presente contrato, en razón de lo anterior, se le comunica la designación como SUPERVISOR(A) del contrato o convenio del asunto, el cual tiene como objeto: "**Contrato interadministrativo para prestar servicios en la implementación de acciones para la promoción y marketing de la ciudad de Medellín**", suscrito entre el Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín - Fundación Medellín Convention & Visitors Bureau

Así mismo, contará con los siguientes profesionales de apoyo a la supervisión:

SUPERVISOR DE APOYO	COMPONENTE
Paula Andrea Duque Sanclemente	Apoyo industria de reuniones

APOYO A LA SUPERVISIÓN	COMPONENTE
SIMON ANDREI CERON MESA	Administrativo, financiero y contable
ELIZABETH ARENAS VILLA	Jurídico

- **Informe de la materialización de riesgos y su mitigación (incluir la información de los riesgos descritos en el pliego de condiciones según el**

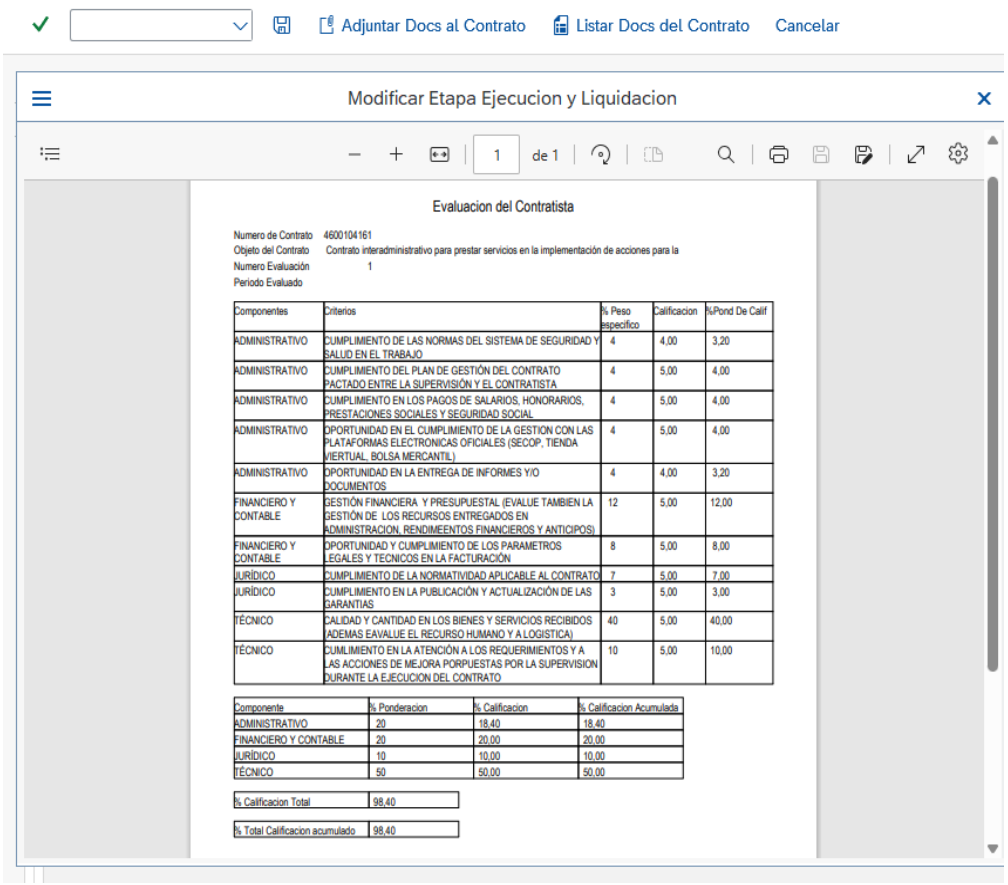
caso y la forma en que fueron superados o si se llevó a cabo alguna aplicación de garantías).

A la fecha en la ejecución del contrato no se han presentado riesgos que puedan afectar la buena ejecución del mismo.

- **Informe de la gestión realizada de contratos de comodato (Cuando en un contrato marco se desprende un contrato de comodato ya sea de un bien inmueble o de bienes muebles, se debe registrar toda la información que se desprenda de este detallando el seguimiento y el cumplimiento de este cuando sea el caso).**

  No aplica al presente contrato

- **Evaluación al contratista, se debe incluir la imagen de SAP que incluya los criterios de calificación, el total de la misma y las observaciones a que haya lugar. (Este se realiza conforme a lo acontecido en el periodo reportado).**



Evaluación Sap

- **Informe sobre si fue auditado el contrato, por parte de los entes de control o por de la Secretaría de Evaluación y Control y sus resultados. Incluir la información de en qué se fundamentó la solicitud y sus resultados o compromisos, porcentaje de cumplimiento por periodo.**

A la fecha el contrato no ha sido auditado.

3. INFORME FINANCIERO Y CONTABLE:

- **Relación de la Imputación del gasto (información establecida desde el contrato, se obtiene del reporte que se origina con la transacción SAP ZMMPUR027C - Rendición de la Cuenta por Contrato)**

Fondos	Centro Gestor	Posición Presupuestal (Pospre)	Proyecto	CDP	Solicitud de Pedido (Solpedido)	Registro Presupuestal (Pedido)

110070125	**75300000**	**2320202009**	**240278**	**4000120362**	**50101206**	**4800015574**
110000125	**75300000**	**2320202009**	**240278**	**4000120362**	**50101206**	**4800015574**
110A30225	**75300000**	**2320202009**	**240278**	**4000120362**	**50101206**	**4800015574**

- **Relación de los pagos realizados (tenga en cuenta si existen, anticipos, pagos anticipados, pagos por recursos a administrar, honorarios. se obtiene del reporte que se origina con la transacción SAP ZMMPUR029 - Historial de Pagos del Contrato); se relacionan de manera acumulativa:**

  En el mes de febrero no se realizaron pagos al contratista:

Registro Presupuestal (No. Pedido)	No. Factura	Fecha de Contabilización	No. Recibo a Satisfacción (Documento de Material)	Valor Facturado (valor Recibido)
NA	NA	NA	NA	NA

- **Informe de ejecución financiera del contrato por proyectos: insertar el informe que se obtiene del reporte que se origina con la transacción SAP ZMMPUR189 - Informe financiero de contratos. (Estas cifras representan el acumulado de la ejecución del contrato por proyectos):**

Contrato	Registro Presupuestal (Pedido)	Grupo de compras	Denominación Grupo de Compras	Proyecto	Nombre Proyecto	Valor proyecto por pedido	Valor Facturado por proyecto del pedido	Saldo por proyecto del pedido
4600104161	4800015574	244	Turismo y Entretenimiento	240278	FORTALECIMIENTO-DE LA PROMOCIÓN Y MERCADEO DEL DISTRITO	$8.334.056.839	0	$8.334.056.839

- **Resumen de la ejecución de los recursos:**

Valor del Contrato	$8.334.056.838
Adiciones	$0
Total valor del contrato más adiciones	$8.334.056.838
Pagos Realizados (Acumulado)	$0
Pago autorizado del mes de febrero	$0
Porcentaje de ejecución financiera	$0

Si el contrato cuenta con anticipos, es un contrato de administración delegada o interadministrativo, continúe con los siguientes ítems:

N/A

- **Relación de <u>la ejecución</u> de los recursos entregados para administración (aplica para contratos interadministrativos y de administración delegada)**

  NA

- **Relación de los pagos de honorarios causados contra ejecución de los recursos entregados para administración (aplica para contratos interadministrativos y de administración delegada)**

  NA

- **Relación de las amortizaciones por anticipos de acuerdo con el plan de inversión de anticipos y facturación (cuando es el caso)**

  NA

- **Relación de los pagos anticipados (cuando es el caso)**

  NA

- **Relación de los informes de ejecución de recursos (aplica para contratos interadministrativos y de Mandato, esta relación debe ser validada por contabilidad del Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín, soportada con la facturación respectiva y con el formato oficial, además tenga en cuenta que se presenta trimestralmente).**

  NA

- **Relación de los informes de reintegros financieros (cuando es el caso, tenga en cuenta los documentos soporte para realizar esta gestión: formato oficial, relación del periodo liquidado con los respectivos extractos bancarios y los comprobantes del pago efectuado al Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín, con el sello de la entidad bancaria).**

  NA

4. INFORME JURÍDICO:

- **El debido proceso sancionatorio, derecho de contradicción; relatar en forma clara y completa las reclamaciones, controversias y acuerdos entre las partes, teniendo presente el concepto de la reclamación y la cuantía. También debe dejarse claro, la disponibilidad de recursos para el pago de dichas reclamaciones y a partir de qué momento se efectuará su pago. (cuando aplique)**

  Al momento del presente informe de supervisión, no se ha presentado proceso sancionatorio ni derecho de contradicción.

- **Relación del soporte de multas, sanciones, cláusula penal, declaración de la caducidad o incumplimiento, la verificación del pago y la publicación de dichos actos administrativos ante las entidades competentes (según cada caso y presentar el detalle de la gestión, estado y seguimiento respectivo). Cuando aplique**

  Al momento del presente informe de supervisión, no se han presentado multas, sanciones, cláusula penal, declaración de la caducidad o incumplimiento.
- **Estado de las garantías del contrato y sus respectivas ampliaciones: (esta información deberá ser acumulativa si es el caso de ampliaciones o modificaciones al contrato que tengan relación con las pólizas.**

  La FUNDACIÓN GREATER MEDELÍN CONVENTION & VISITORS BUREAU presentó la Póliza N° 4211110, que avala el cumplimiento de las obligaciones surgidas del contrato y que a la fecha se encuentran vigentes.

Nombre Aseguradora	N° Póliza	Tipo de Amparo	Cobertura de la Póliza		Fecha de Aprobación de la Garantía	Valor Amparado
			Desde	Hasta		
SEGUROS GENERALES SURAMERICANA S.A NIT 890.903.407-9	4211110	Calidad	12–FEB–2025	30–ABR–2025	12- ABR -2026	$833.405.684
		Cumplimiento	12–FEB–2025	30–ABR–2025	12- ABR -2026	$833.405.684
		Pago de Salarios y Prestaciones Sociales, otros	12–FEB–2025	31–DIC–2027	12- DIC -2028	$416.702.842

Una vez evidenciado el avance técnico, administrativo, financiero y jurídico señalado en el contrato, el suscrito Supervisor y/o Interventor presenta el informe de las actividades realizadas en el periodo de febrero de 2025.

Atentamente,



Melitza Bogallo Cañas
Supervisor



Paula Andrea Duque Sanclemente
Supervisor de apoyo



Simón Andrei Cerón Mesa
Apoyo administrativo, financiero y contable



Elizabeth Arenas Villa
Apoyo jurídico a Supervisión

Centro Administrativo Distrital – CAD – Calle 44 No. 52 – 165
Línea Única de Atención a la Ciudadanía 44 44 144
www.medellin.gov.co
Medellín - Colombia