	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Viceministerio de Turismo Fondo Nacional de Turismo - FONTUR	Código: FDMI-01 (F-GIN-01)
		Versión: 16
		Vigencia: 7 de diciembre de 2023

Versión ficha: (V00, V01, ...)	3	Fecha formulación: (DD/MM/AAAA)	24/05/2025
Código del proyecto:	FNTP-2025-074	Plazo: (en meses)	4 meses
Nombre del proyecto:	<i>Promoción del Municipio de Alejandría como destino turístico de Naturaleza, Bienestar y Paz a nivel nacional</i>	Valor Total:	\$ 1.369.849.624 100%
Proponente:	Municipio de Alejandría Antioquia	Cofinanciación Fondo Nacional de Turismo:	\$ 1.071.849.624 78%
Nombre Profesional(es) Formador FONTUR:	Jorge Iván Rivera Hernández	Contrapartida Proponente:	\$ 298.000.000 22%
		Otros aportantes:	\$ - 0%

I. INFORMACIÓN DEL PROPONENTE		
Tipo:	Entidad territorial	
Nombre o razón social:	Municipio de Alejandría Antioquia	
NIT:	890.983.701-1	
Nombre del responsable del proyecto:	GLORIA CECILIA NARANJO	
Cargo:	Alcaldesa Municipal	
Teléfono móvil:	313 6275322	
E-mail:	alcaldia@alejandria-antioquia.gov.co	
II. CONTEXTO DEL PROYECTO		
Línea Estratégica, Programa y Subprograma		
Línea estratégica a la que aplica (1):	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico - 0320	
Programa en el que se enmarca el proyecto (1):	Programa 1: Mercadeo y promoción turística nacional y regional	
Subprograma (1):	No aplica	
Sólo MinCIT: Si el proyecto aplica a más de una línea estratégica, indique:		
Línea estratégica a la que aplica (2):		
Programa en el que se enmarca el proyecto (2):		
Subprograma (aplica únicamente para el programa de Calidad Turística) (2):		
Línea estratégica a la que aplica (3):		
Programa en el que se enmarca el proyecto (3):		
Subprograma (aplica únicamente para el programa de Calidad Turística) (3):		
Contribución a la Política Pública		
Objetivo de Desarrollo Sostenible:	8. Trabajo decente y crecimiento económico	
Plan Nacional de Desarrollo (PND)	2022 -2026: Colombia, potencia mundial de la vida	
	Transformación del PND:	Seguridad_humana_y_justicia_social
	Catalizador de la Transformación:	3. Expansión de capacidades: más y mejores oportunidades de la población para lograr sus proyectos de vida
Plan Sectorial de Turismo (PST)	2022-2026: Turismo en armonía con la vida	
	Eje Estratégico:	Democratización_del_turismo_como_fuerza_transformadora_para_una_cultura_de_paz
	Indicador del Eje:	2. Número de visitantes no residentes
	Magnitud con la que el proyecto aporta al indicador	700

	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Viceministerio de Turismo Fondo Nacional de Turismo - FONTUR	Código: FDMI-01 (F-GIN-01) Versión: 16 Vigencia: 7 de diciembre de 2023
Relevancia del proyecto:		
(Indique la relevancia/importancia de la iniciativa. Soporte la justificación con antecedentes del proyecto, estadísticas y características o potencial turístico del destino)		
<p>Esta iniciativa se enmarca en el Plan Nacional de Desarrollo 2022–2026 “Colombia Potencia Mundial de la Vida”, que impulsa un turismo armónico con la vida, donde Colombia pone en valor su riqueza natural y cultural como motor de bienestar económico y social. El turismo de naturaleza, comunitario, cultural y científico es central para la transición económica del país. En este sentido, la propuesta busca consolidar a Alejandría como un destino turístico sostenible, inclusivo y competitivo, alineado con el Plan Sectorial de Turismo 2022–2026 “Turismo en Armonía con la Vida”, especialmente en su eje de mercadeo y promoción de Colombia como país de la belleza. (Información obtenida de los planes de desarrollo nacional, departamental y territorial)</p> <p>La relevancia de esta propuesta radica en que el turismo es visto como herramienta de desarrollo económico y social, pero también de reconciliación, protección ambiental y mejora del bienestar comunitario. Alejandría busca fortalecer su oferta desde una perspectiva sostenible, integrando a las comunidades locales, respetando la biodiversidad y el patrimonio cultural, y promoviendo el turismo como alternativa de resiliencia frente a la violencia.</p> <p>La iniciativa se justifica por los resultados positivos obtenidos en un proyecto anterior financiado por FONTUR en 2024, que contribuyó significativamente al posicionamiento del municipio. Se logró un incremento de más del 60% en la ocupación hotelera y restaurantera durante temporadas altas, y del 22% en otros meses, comparado con 2023. (Informe Industria y Comercio, Municipio de Alejandría” Secretaría de Hacienda.)</p> <p>Estas visibilizarían se logró a través de medios impresos y audiovisuales, logrando que más visitantes conocieran el destino y muchos desearan regresar. Los datos de 2025 reflejan estabilidad en el flujo de turistas, lo cual refuerza la necesidad de continuar fortaleciendo la estrategia de promoción.</p> <p>Alejandría, ubicada en el Nordeste antioqueño, cuenta con recursos naturales excepcionales: geografía montañosa, fuentes hídricas como el río Santo Domingo y quebradas, y paisajes boscosos y biodiversos. Estos elementos permiten una experiencia de turismo de naturaleza auténtico. A ello se suma su riqueza cultural basada en tradiciones campesinas, gastronomía, fiestas y una historia de resistencia, todo potenciado por una comunidad organizada y solidaria.</p> <p>El plan de desarrollo local 2024–2027 “Somos Pasión por Alejandría” estableció el componente “Somos Turismo Sostenible”, que busca promover el desarrollo económico local mediante estrategias integrales que impulsen el turismo respetando el entorno natural y cultural. Se planean acciones para proteger sitios turísticos, fomentar la educación ambiental y el turismo responsable, y fortalecer los más de 30 prestadores turísticos actuales e incentivar a más de 200 comerciantes que dependen directamente del turismo. (Inventario turístico Alejandría)</p> <p>En lo económico, el turismo en Alejandría ha generado ingresos en zonas rurales a través de la venta de alimentos, productos agrícolas, artesanías y servicios de hospedaje y transporte. Se estima que representa una fuente de ingreso para el 18% de los hogares. También dinamiza el comercio local y fomenta el emprendimiento, especialmente entre mujeres y jóvenes. (Industria y comercio municipio de Alejandría)</p> <p>Desde lo social, el turismo ha fortalecido el sentido de pertenencia, la recuperación de la memoria histórica y la participación ciudadana en la planificación del desarrollo territorial. Es además una herramienta para la apropiación del territorio por parte de las comunidades, el 69.7% de las cuales son víctimas del conflicto armado, (Ministerio del Interior)</p> <p>En el ámbito ambiental, el turismo sostenible ha impulsado la protección de fuentes hídricas y ecosistemas estratégicos, mediante el desarrollo de rutas ecoturísticas y educación ambiental promovida por organizaciones comunitarias. Esto también ha fortalecido la vigilancia frente a prácticas contaminantes.</p> <p>Alejandría cuenta actualmente con más de 28 prestadores turísticos, muchos de ellos articulados en procesos asociativos. En 2023 recibió un promedio de 2.500 visitantes en festivales, ferias y actividades culturales, con un crecimiento del 20% respecto a 2022. Además, se han identificado más de 10 atractivos con alto potencial para el desarrollo de una oferta turística sostenible. (Inventario turístico - industria y comercio- listados de asistencia Dirección de Turismo.)</p> <p>La propuesta busca continuar este camino con una estrategia robusta de promoción nacional e internacional mediante medios de comunicación, actividades recreativas, deportivas y culturales, así como la producción de videoclips y material audiovisual que destaquen la belleza natural del municipio y el papel de las comunidades prestadoras de servicios. Esta visibilización fortalecerá la economía de base, cualificará la oferta de servicios y garantizará la participación activa de las comunidades locales.</p> <p>Asimismo, se busca integrar a Alejandría en el programa “Municipios Mágicos de Antioquia” y en la estrategia nacional “Turismo para una Cultura de Paz”, que estimulan las economías locales y regionales y fortalecen las conexiones entre turismo, empleo y desarrollo económico sostenible.</p> <p>La contribución del proyecto se alinea con los pilares de la Política de Turismo Sostenible de Colombia en los siguientes aspectos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Participación comunitaria y desarrollo territorial: Empoderando a organizaciones locales para garantizar que los beneficios del turismo lleguen directamente a las comunidades. 2. Conservación ambiental: Promoviendo rutas y actividades de bajo impacto que protejan los ecosistemas. 3. Equidad e inclusión: Generando oportunidades para mujeres, jóvenes y víctimas del conflicto. 		
III. IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA		
Problema Central:		
Débil promoción del municipio de Alejandría - Antioquia como destino turístico en los segmentos gastronómicos, culturales y artísticos.		
Descripción de la situación existente respecto del problema:		
(Describe la situación actual que genera el problema central identificado. Puede incluir características del sector o zona de estudio, análisis de los factores que hacen parte del problema, antecedentes, evolución reciente de la situación negativa y demás elementos que permitan caracterizar la situación problema)		
El municipio de Alejandría - Antioquia posee un importante potencial para consolidarse como un destino de turismo de naturaleza, comunitario y cultural, gracias a su riqueza ambiental (bosques, ríos, quebradas, fauna silvestre, aves endémicas) y su activo tejido social y cultural, protagonizado por familias campesinas, víctimas del conflicto armado, artistas, emprendedores locales, y pequeños comerciantes. Esta comunidad ha apostado por un modelo de turismo responsable e inclusivo, promoviendo experiencias auténticas, sostenibles y con fuerte arraigo territorial.		
No obstante, la falta de visibilización, promoción estratégica y posicionamiento de Alejandría como destino turístico ha limitado severamente el alcance y sostenibilidad de estas iniciativas. A pesar de los esfuerzos de las comunidades por ofrecer servicios turísticos de calidad, el municipio no ha logrado atraer una visitación constante y significativa, lo que repercute negativamente en el impacto económico esperado para las familias y organizaciones locales.		
Factores que contribuyen a esta situación:		
Déficit en estrategias de promoción turística: Aunque en 2024 se desarrolló un proyecto apoyado por FONTUR con resultados positivos (incremento del 60% en ocupación hotelera en temporadas altas y del 22% el resto del año), estos logros aún no se consolidan de manera sostenida por falta de continuidad en la inversión, seguimiento técnico y articulación con medios de comunicación y canales de difusión turística más amplios.		
Desigualdad frente a otros destinos consolidados: Alejandría compete con municipios que ya están incluidos en redes de “Pueblos Patrimonio” o “Municipios Mágicos”, con mayor presupuesto para mercadeo, infraestructura turística y alianzas público-privadas, lo que genera una brecha de visibilidad y competitividad regional y nacional.		
Condiciones de vulnerabilidad social: El 69.7% de la población de Alejandría está registrada como víctima del conflicto armado, lo que condiciona la estabilidad económica de muchas familias. El turismo ha surgido como una opción de resiliencia, pero su consolidación depende del fortalecimiento de capacidades y de oportunidades reales de mercado para los prestadores locales.		
Inexistencia de una marca territorial fuerte: Aunque el municipio posee identidad cultural, biodiversidad y productos agroindustriales únicos (panela, café, artesanías), estos no han sido integrados en una narrativa turística sólida ni en campañas de marketing que posicionen al territorio de manera diferenciada.		

Magnitud del problema (Se describe a través de indicadores asociados al problema central, sus causas y/o sus efectos)	
Indicador:	Estrategias de promoción Turística Implementadas
Unidad de medida:	Número
Magnitud:	2
Fuente de información:	Alcaldía Municipal de Alejandria - Proyecto de Promocion Turistica 2024 - Plan De Desarrollo Turistico Alejandria


Causas que generan el problema (Relacione la causa directa del problema central identificado)		
No.	Causa directa	Causa indirecta
1	Bajas estrategias de promoción del Municipio como destino turístico.	Desconocimiento de las tendencias y demandas del mercado turístico actual. Pocos espacios de reconocimiento del municipio de Alejandria como destino Turístico de bienestar, naturaleza y paz
2	Insuficiente inversión en la difusión de los atractivos gastronómicos, culturales y artísticos del municipio.	Limitados recursos económicos asignados por la administración municipal para la promoción turística. Escasas acciones para el reconocimiento de las tradiciones y expresiones culturales, artísticas y gastronómicas.
3	Escasa visibilidad del municipio en medios de comunicación y redes sociales.	Bajo contenido atractivo y profesional sobre el municipio en plataformas digitales. Ausencia de estrategias de comunicación digital o en medios de comunicación para llegar a públicos objetivo.
4	Limitados espacios en el mercado para promover la oferta gastronómica, artesanal y cultural.	Desconocimiento de estrategias comerciales para promover la riqueza gastronómica. Baja inversión del municipio en espacios de relacionamiento comercial.



Efectos generados por el problema (Relacione los efectos directos del problema central identificado)		
No.	Efectos directos	Efectos indirectos
1	Escaso reconocimiento del municipio como destino turístico a nivel regional y nacional.	Pérdida de oportunidades para posicionar la cultura y gastronomía local en eventos y ferias turísticas. Dificultad para atraer inversiones públicas y privadas en el sector turístico.
2	Baja afluencia de turistas interesados en los segmentos gastronómicos, culturales y artísticos.	Disminución de los ingresos económicos generados por el turismo en el municipio. Desmotivación de los emprendedores locales para invertir en negocios relacionados con el turismo.
3	Falta de conexión con agentes multiplicadores dificultando la generar experiencias turísticas integrales y de calidad.	Reducción de la posibilidad de que los turistas recomienden el destino a otros visitantes. Menor impacto en la generación de empleo y desarrollo económico local.
4	Pérdida de oportunidades para atraer inversiones y alianzas comerciales en el sector turístico.	Dificultad para establecer alianzas estratégicas con operadores turísticos Desconocimiento de operadores turísticos de los atractivos del municipio

IV. CADENA DE VALOR DEL PROYECTO

Objetivo General:
 (Debe ser claro, medible, alcanzable y consistente con el proyecto que se está formulando. Se recomienda redactar como Acción a Realizar + Objeto + Descripción)

Promover el municipio de Alejandría como un destino turístico, mediante el diseño e implementación de una estrategia integral que posicione su oferta de naturaleza y multiculturalidad, incentivando así la llegada de visitantes y el fortalecimiento de su desarrollo económico y cultural.

 		FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Viceministerio de Turismo Fondo Nacional de Turismo - FONTUR		Código: FDMI-01 (F-GIN-01) Versión: 16 Vigencia: 7 de diciembre de 2023	
No.	Objetivo Específico (Es un medio para alcanzar el objetivo general y contribuir a la solución del problema. Se recomienda redactar como la expresión en positivo de las causas del problema central)	Producto esperado (Describir el producto que se espera obtener con cada uno de los objetivos específicos propuestos, de manera tal que contribuyan al logro del Objetivo General)	Actividades a ejecutar (Indicar las actividades/acciones, esenciales para lograr el producto esperado)	Ruta Crítica Si / No	
1	Desarrollar una estrategia integral a través de la promoción y divulgación del municipio de Alejandría - Antioquia como destino turístico.	Implementar una campaña de promoción integral del destino con la realización de piezas promocionales e implementación un plan de medios.	1.1 Desarrollar piezas promocionales, conceptos, textos y diseños gráficos (audiovisuales, digitales, indoor y out of home) para la promoción de Alejandría como destino de Bienestar, Naturaleza y Paz.	SI	
			1.2 Implementar un plan de medios que permita la transmisión en medios tradicionales (Radio y TV) y medios alternativos y/o digitales (Facebook, Twitter e Instagram) - Televisión Regional.	SI	
2	Fortalecer la visibilidad de la oferta turística, gastronómica, artesanal, artística y/o musical del municipio de Alejandría - Antioquia	Visibilizar y promocionar a Alejandría como destino turístico mediante el desarrollo de ferias turísticas, gastronómicas, artesanales y culturales que muestren sus atractivos y riqueza.	2.1 Planificar, coordinar y desarrollar la producción de un evento con los segmentos gastronómicos y artesanales "Alejandría Sabores, Sabores, Campo y Sonidos" en el marco de la promoción del destino.	SI	
			2.2 Planificar, coordinar y desarrollar la producción de un evento con el segmento cultural "Festival Artístico en torno a la identidad y Costumbres Alejandrinas" en el marco de la promoción del destino.	SI	
3	Impulsar actividades dirigidas a agentes multiplicadores del mercado que incentiven el conocimiento y disfrute de los atractivos turísticos del destino.	Implementar un (1) viaje de familiarización dirigido a periodistas e influencers con impacto en turismo y cultura.	3.1 Realizar un (1) viaje de familiarización de 4 días y 3 noches con medios de comunicación e influenciadores (6 de Bogotá y 2 de Medellín), con el fin de que conozcan y amplifiquen la oferta turística del destino.	SI	
4	Potenciar la oferta turística del municipio de Alejandría - Antioquia en destinos priorizados.	Ejecutar una Rueda de Negocios en el Eje Cafetero con la participación de 15 empresarios para la comercialización de la oferta turística de Alejandría, impactando hasta 40 agentes de viajes.	4.1 Realizar y desarrollar los aspectos logísticos para la ejecución de la Rueda de Negocios en el Eje Cafetero con la participación de 15 empresarios.	SI	
		Desarrollar y ejecutar 1 activaciones BTL a través de murales promocionales.	4.2 Ejecutar 1 mural a cielo abierto (uno de 145 m ²) en el municipio, con promoción de Fontur y el municipio.	SI	
Indicadores de Resultado					
1	Indicador	Alcance del contenido pautado en medios digitales			
	Unidad de medida	Número de impactos generados en medios tradicionales (Radio y TV) y medios alternativos y/o Digitales (Facebook, Twitter e Instagram) - Televisión Regional - Vallas			
	Meta	6,005,522 (salidas, views, impresiones)			
	Fuente de información para la medición	Informe de resultados entregado por la Central de Medios			
2	Indicador	Acuerdos comerciales cerrados durante la rueda de negocios.			
	Unidad de medida	Número			
	Meta	15 acuerdos comerciales.			
	Fuente de información para la medición	Resultados entregados por el municipio			
3	Indicador	Publicaciones generadas por los participantes del viaje de familiarización durante y posterior a la actividad.			
	Unidad de medida	Número de publicaciones			
	Meta	40 contenidos en total			
	Fuente de información para la medición	Informe entregado por Fontur			
Actores involucrados (Relacione todos los actores involucrados en la ejecución del proyecto, detallando su posición y aporte)					
Actor	Entidad	Contribución o Gestión			
Nacional	FONTUR	Aportante			
Municipal	Municipio de Alejandría Antioquia	Como entidad proponente y organizadora, se encarga de liderar la programación artística y cultural del evento, así como garantizar su éxito y sostenibilidad, asegurando la participación activa de las comunidades locales en las actividades programadas.			
(Relacione el número total de beneficiarios del proyecto y caracterícelos a continuación)					
Actor	Cantidad	¿Cómo se benefician?	¿Cuál?		


 	FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Viceministerio de Turismo Fondo Nacional de Turismo - FONTUR		Código: FDMI-01 (F-GIN-01)															
			Versión: 16															
			Vigencia: 7 de diciembre de 2023															
Prestadores de servicios turísticos	28	Con la ejecución de este proyecto se beneficiarán directamente a prestadores de servicios turísticos (agencias de viajes y turismo, hoteles, restaurantes, empresas de transporte, empresas de entretenimiento y actividades turísticas), al aumentar la demanda de sus servicios y generar mayores ingresos económicos. Además, la promoción del destino y del festival puede atraer a más turistas y clientes potenciales, lo que puede generar un impacto positivo en sus negocios a largo plazo con la realización del evento año tras año.	<table border="1"> <tr><td>Agencias de viajes</td><td style="text-align: center;">1</td></tr> <tr><td>Empresas de transporte terrestre automotor</td><td style="text-align: center;">2</td></tr> <tr><td>Establecimientos de alojamiento turístico + viviendas turísticas</td><td style="text-align: center;">8</td></tr> <tr><td>Establecimiento de gastronomía y bares</td><td style="text-align: center;">10</td></tr> <tr><td>Guías turísticos</td><td style="text-align: center;">2</td></tr> <tr><td>Ecoparques</td><td style="text-align: center;">1</td></tr> <tr><td>Artesanos</td><td style="text-align: center;">4</td></tr> </table>	Agencias de viajes	1	Empresas de transporte terrestre automotor	2	Establecimientos de alojamiento turístico + viviendas turísticas	8	Establecimiento de gastronomía y bares	10	Guías turísticos	2	Ecoparques	1	Artesanos	4	
Agencias de viajes	1																	
Empresas de transporte terrestre automotor	2																	
Establecimientos de alojamiento turístico + viviendas turísticas	8																	
Establecimiento de gastronomía y bares	10																	
Guías turísticos	2																	
Ecoparques	1																	
Artesanos	4																	
Actores Cadena de Valor - Economía Popular	150	Personas que se benefician directa e indirectamente con la Cadena de Valor asociada al Turismo	Transporte - Ventas Informales - Farmacias															
Marque con una X, si el proyecto incluye los siguientes enfoques diferenciales e indique la cantidad de beneficiarios si aplica:																		
		Inclusión de enfoque	Cantidad															
De género		[XX]	[XX]															
Discapacidad		[XX]	[XX]															
Étnico		[XX]	[XX]															
Población Víctima de Conflicto Armado		X	54 - Expositores en las Muestras															
Campeinado		[XX]	[XX]															
Jóvenes		[XX]	[XX]															



Versión ficha:	3	Fecha formulación:	24/05/2025	
Código del proyecto:	FNTP-2025-074	Plazo: (en meses)	4 meses	
Nombre del proyecto:	Promoción del Municipio de Alejandría como destino turístico de Naturaleza, Bienestar y Paz a nivel nacional	Valor Total:	\$ 1.369.849.624	100%
Proponente:	Municipio de Alejandría Antioquia	Cofinanciación Fondo Nacional de Turismo:	\$ 1.071.849.624	78%
Nombre Profesional(es) Formulador FONTUR:	Jorge Iván Rivera Hernández	Contrapartida Proponente:	\$ 298.000.000	22%
		Otros aportantes:	\$ -	0%

Ubicación Geográfica									
(Indique todos los departamentos y municipios que participan en el proyecto, relacionando el valor que se asigna a cada uno de la cofinanciación solicitada a FONTUR, utilice dos decimales)									
Departamento	Antioquia	Municipio	Alejandría	Plan de Desarrollo Departamental y estrategia que impacta	Por Antioquia Firme - Estrategia Gestión integral para el desarrollo turístico de Antioquia	Plan de Desarrollo Municipal y estrategia que impacta	Somos más pasión por Alejandría - Componente 6.2.1 SOMOS TURISMO SOSTENIBLE	Cofinanciación FONTUR	\$ 1.071.849.624

Versión ficha:	3	Fecha formulación:	24/05/2025
Código del proyecto:	FNTP-2025-074	Plazo: (en meses)	4 meses
Nombre del proyecto:	Promoción del Municipio de Alejandría como destino turístico de Naturaleza, Bienestar y Paz a nivel nacional	Valor Total:	\$ 1.369.849.624 100%
Proponentes:	Municipio de Alejandría Antioquia	Fondo Nacional de Turismo:	\$ 1.071.849.624 78%
Nombre Profesional(es) Formulator FONTUR:	Jorge Iván Rivera Hernández	Contrapartida Proponente:	\$ 298.000.000 22%
		Otros aportantes:	\$ - 0%

Presupuesto del Proyecto															
(Favor desagregar los costos del proyecto por cada una de las actividades a desarrollar)															
No.	Actividad	Duración de la actividad en días	Aspecto a desarrollar	Código CIU	Fecha estimada inicio (D/M/A)	Fecha estimada finalización (D/M/A)	Días de duración de la ejecución del aspecto a desarrollar	Línea estratégica a la que aplica	Programa en el que se enmarca el proyecto	Unidad de Medida	Cantidad	Cofinanciación Solicitada (Fontur)	Contrapartida (proponente, efectivo)	Valor unitario	Valor Total
1	1.1 Desarrollar piezas promocionales, conceptos, textos y diseños gráficos (audiovisuales, digitales, indoor y out of home) para la promoción de Alejandría como destino de Bienestar, Naturaleza y Paz.	30	Desarrollo creativo, conceptos, textos y diseños gráficos de piezas publicitarias: -Conceptualización de una marca destino y campaña de promoción del municipio como destino turístico -Registro fotográfico con 40 fotografía de los atractivos turísticos del municipio, servirán como insumo para el video y las piezas gráficas digitales para la promoción del municipio de Planadas	7410	15/02/2026	16/03/2026	30	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	Global	1	\$ -	\$ 151.940.000	\$ 151.940.000	\$ 151.940.000
			-Preproducción, producción y posproducción del videoclip promocional del municipio de 1 minuto con 2 reducciones de 30 segundos. - Cuña radial de hasta 30 segundos para pauta en radio nacional - Diseño de 10 piezas publicitarias para pauta en medios digitales												
		Diseño y entrega de kit promocional (tulas y cambusos con marca territorio 600 unidades)	7310	15/02/2026	16/03/2026	30	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	kit	600	\$ -	\$ 36.000.000	\$ 60.000	\$ 36.000.000	
	1.2 Implementar un plan de medios que permita la transmisión en medios tradicionales (Radio y TV) y medios alternativos y/o digitales (Facebook, Twitter e Instagram) – Televisión Regional.	60	1. Pauta Digital en Facebook, Instagram, x permanente.	7310	17/03/2026	15/05/2026	60	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	pauta	25	\$ 174.868.939	\$ -	\$ 6.994.758	\$ 174.868.939
			2. Pauta en Radio regional.	7310	17/03/2026	15/05/2026	60	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	pauta	480	\$ 36.249.780	\$ -	\$ 75.520	\$ 36.249.780
			3. Pauta en televisión Regional.	7310	17/03/2026	15/05/2026	60	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	pauta	28	\$ 61.012.980	\$ -	\$ 2.179.035	\$ 61.012.980
			4. Pauta de (6) vallas. Una a las afueras del aeropuerto Jose María Córdoba, otra en la vía que conduce al municipio de Alejandría y otra en la entrada del municipio.	7310	17/03/2026	15/05/2026	60	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	valla	6	\$ 150.980.334	\$ -	\$ 25.163.389	\$ 150.980.334
			5. Pauta de (1) lona sin estructura con instalación de 12x4 metros en vía entre el municipio de Concepción y Alejandría.	7310	17/03/2026	15/05/2026	60	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	valla	1	\$ 10.000.000	\$ -	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000
			6. Pauta, Aviso de ingreso para un atractivo turístico del municipio de Alejandría.	7310	17/03/2026	15/05/2026	60	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	aviso	1	\$ 18.900.000	\$ -	\$ 18.900.000	\$ 18.900.000
			7. Pauta de 4 vallas de 2x4, con información de los diferentes atractivos turísticos del municipio por ambos lados, ubicados en la vía de ingreso al municipio, y las vías que comunican el municipio de Santo Domingo con Alejandría, Municipio de Guatapé con Alejandría.	7310	17/03/2026	15/05/2026	60	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	valla	4	\$ 128.807.552	\$ -	\$ 32.201.888	\$ 128.807.552
2.1 Planificar, coordinar y desarrollar la producción de un evento con los segmentos gastronómicos y artesanales "Alejandría Sabores, Sabores, Campo y Sonidos" en el marco de la promoción del destino.	3	Alquiler de 500 sillas plásticas blancas para los stands, zona de comenzales y artesanos; 1 para carga de sonido) incluye montaje y desmontaje.	7310	13/03/2026	15/03/2026	3	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	sillas	500	\$ -	\$ 2.000.000	\$ 4.000	\$ 2.000.000	
		Alquiler de 10 (diez) carpas con las siguientes medidas: - 10 carpas de 6 x 6: zona de empresarios, oferta gastronómica. incluye montaje y desmontaje.	7310	13/03/2026	15/03/2026	3	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	carpas	10	\$ -	\$ 18.000.000	\$ 1.800.000	\$ 18.000.000	
		Alquiler de 10 (diez) carpas con las siguientes medidas: - 10 carpas de 4 x 4: zona de empresarios, oferta gastronómica, se requiere de otra medida por el tamaño del espacio. Incluye montaje y desmontaje.	7310	13/03/2026	15/03/2026	3	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	carpas	10	\$ -	\$ 16.000.000	\$ 1.600.000	\$ 16.000.000	
		Alquiler de 52 mesas plegables de 1.80x70 cms de alto vestidas con mantel blanco (100 para los gastronómicos y artesanos) 1 para la carga de sonido; 2 para la cocina) para el uso de los empresarios, oferta gastronómica. Incluye montaje y desmontaje.	7310	13/03/2026	15/03/2026	3	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	mesas	52	\$ -	\$ 1.560.000	\$ 30.000	\$ 1.560.000	
		Alquiler de 300 mesas cuadradas rimax para ubicar los comensales. incluye montaje y desmontaje.	7310	13/03/2026	15/03/2026	3	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	mesas	300	\$ -	\$ 2.100.000	\$ 7.000	\$ 2.100.000	
		Sistema eléctrico; 1 guabio profesional a tres fases, extensiones eléctricas suficientes para cubrir todo el evento. Incluye montaje y desmontaje.	7310	13/03/2026	15/03/2026	3	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	Global	3	\$ 3.570.000	\$ -	\$ 1.190.000	\$ 3.570.000	
		sistema eléctrico, puntos de energía e iluminación para 20 carpas y 10 puntos de tomas eléctricos. incluye montaje y desmontaje.	7310	13/03/2026	15/03/2026	3	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	Global	3	\$ 17.850.000	\$ -	\$ 5.950.000	\$ 17.850.000	
		Kit (delantal y cofas, con el logo y slogan de la marca territorio del municipio de Alejandría sublimados para 200 emprendedores). incluye montaje y desmontaje.	7310	13/03/2026	15/03/2026	3	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	kit	200	\$ 21.420.000	\$ -	\$ 107.100	\$ 21.420.000	

		FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Viceministerio de Turismo Fondo Nacional de Turismo - FONTUR										Código: FDMI-01 (F-GIN-01)		
												Versión: 16		
Vigencia: 7 de diciembre de 2023														
		Pantalla led de 4mt x 3mt de 3.9 pitch con escalador de video y procesador; Pantalla de Led 2 mm en panel sellado outdoor, para la proyecciones de video e imágenes en interiores y exteriores, con su respectivo cableado, bompers y elementos para el cuelgue de la pantalla o soportes para piso, procesadores necesarios según diseño entregado y computadores con software para mapear y programa de visuales (Modulate o Resolume). Incluye montaje y desmontaje para evento de 3 días	7310	13/03/2026	15/03/2026	3	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	Global	3	\$ 24.990.000	\$ -	\$ 8.330.000	\$ 24.990.000
		Sistema de sonido line array, compuesto por 10 cajas (5 por lado), 6 bajos, 5 monitores, 2 Side fill + sub, 1 consola M32 series, procesadores, 14 par Led, 5 cabezas móviles Beam, 5 cabezas móviles wash, consola de iluminación, generador eléctrico de 150 KVA trifasica con operario - Incluye montaje y desmontaje, para evento de 3 días	7310	13/03/2026	15/03/2026	3	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	Global	3	\$ 35.700.000	\$ -	\$ 11.900.000	\$ 35.700.000
2.2 Planificar, coordinar y desarrollar la producción de un evento con el segmento cultural "Festival Artístico en torno a la Identidad y Costumbres Alejandrinas" en el marco de la promoción del destino.	5	Techo tipo invernadero: postería metálica 14m (14 unidades), postes inmunizados 8m (12 unidades), Cable 3/16 Grilles 3/18, 6 rollos de Polizbra al 80% en 4 de ancho x 100 de largo, incluy montaje y desmontaje evento de 5 días	7310	11/02/2026	15/02/2026	5	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	techo invernadero	5	\$ 41.650.000	\$ -	\$ 8.330.000	\$ 41.650.000
		1 Tarima de 8,40 x 8,40 a 1.40 mtr de altura 1 Sobre tarima de 6 x 2,40 a 60 mts de altura 20 Mtrs estructura para medidas y diseño Incluye Montaje y Desmontaje evento 5 días	7310	11/02/2026	15/02/2026	5	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	Global	5	\$ 53.550.000	\$ -	\$ 10.710.000	\$ 53.550.000
		Sonido Profesional 9 Cabinas vto 208 (marcas profesionales) 5 Monitores de piso (marcas profesionales) 4 Monitores Sidefill (marcas profesionales) 1 Consola Digital Allen Heat SQ7 1 Consola Midas M32 Series 1 Rio digital helean heat de 32 canales 10 Microfono atámbrico shure Sm57 sm58 beta 10 Bases de Microfono 2 Microfonos inalámbrico Shure Qlx 4 Arenas Db Technologie vto 206 8 Par LED PRO IP65 18x15w Gen1 RGBWA UV 6 Par calidas 10 Cabezas móviles Beam 12 Cabezas móviles Wash 4 Atomic 4 Blinder	7310	11/02/2026	15/02/2026	5	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	Global	5	\$ 119.000.000	\$ -	\$ 23.800.000	\$ 119.000.000
		1 Consola iluminación con lumimotécnico. 32 Mtrs de Pantalla Led, Pitch 2,9 en diseño 1 CCTV a dos cámaras con punto fijo de televisión(2 Cámaras profesionales de video con tripode, swicher de video Blackmagic aten studio televisión y operarios)	7310	11/02/2026	15/02/2026	5	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	Global	5	\$ 119.000.000	\$ -	\$ 23.800.000	\$ 119.000.000
		8 Cens. 1x8 2 rnes	7310	11/02/2026	15/02/2026	5	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	Global	5	\$ 119.000.000	\$ -	\$ 23.800.000	\$ 119.000.000
		Alquiler de 1000 sillas plásticas, es pertinente por la cantidad de turistas y visitantes que llegan al territorio para disfrutar del festival.	7310	11/02/2026	15/02/2026	5	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	sillas	1000	\$ -	\$ 4.000.000	\$ 4.000	\$ 4.000.000
		Alquiler de mesas plásticas 500 para asistentes incluye montaje y desmontaje.	7310	11/02/2026	15/02/2026	5	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	mesas	500	\$ -	\$ 3.500.000,00	\$ 7.000	\$ 3.500.000
		Alquiler 10 Carpas de 4x4 blanca para el evento incluye montaje y desmontaje.	7310	11/02/2026	15/02/2026	5	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	carpas	10	\$ -	\$ 16.000.000,00	\$ 1.600.000	\$ 16.000.000
		Alquiler 10 Carpas de 6x6 blanca para empresarios incluye montaje y desmontaje.	7310	11/02/2026	15/02/2026	5	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	carpas	10	\$ -	\$ 18.000.000,00	\$ 1.800.000	\$ 18.000.000
		3.1 Realizar un (1) viaje de familiarización de 4 días y 3 noches con medios de comunicación e influenciadores (6 de Bogotá y 2 de Medellín), con el fin de que conozcan y amplifiquen la oferta turística del destino.	4	Tiquetes aéreos para los 6 invitados al viaje de familiarización Bogotá - Medellín ida y regreso.	5111	17/02/2026	20/02/2026	4	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	Viajes	6	\$ 17.136.000	\$ -
Transporte Terrestre para los 6 invitados desde Bogotá ruta (aeropuerto Joe Maria Córdoba- Hotel municipio de Alejandria)	4921			17/02/2026	20/02/2026	4	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	transporte	2	\$ 3.570.000	\$ -	\$ 1.785.000	\$ 3.570.000
Transporte Terrestre para los 2 invitados Medellín ruta (Expreso Medellín- Hotel Municipio de Alejandria) ida y regreso	4921			17/02/2026	20/02/2026	4	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	transporte	2	\$ 595.000	\$ -	\$ 297.500	\$ 595.000
Transporte interno Municipio de Alejandria-Traslados internos a los diferentes atractivos turísticos de Alejandria por los influencer quienes son los invitados y realizaran la promoción del municipio.	4921			17/02/2026	20/02/2026	4	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	transporte	4	\$ 2.618.000	\$ -	\$ 654.500	\$ 2.618.000
Hospedaje para los hasta 8 invitados (3 noches, 4 días por persona, con desayuno incluido).	5511			17/02/2026	20/02/2026	4	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	Noches	3	\$ 10.852.800	\$ -	\$ 3.617.600	\$ 10.852.800
Alimentación de los hasta 8 invitados por 4 días (32 almuerzos,32 cenas, hidratación).	5611			17/02/2026	20/02/2026	4	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	Servicios	4	\$ 6.092.800	\$ -	\$ 1.523.200	\$ 6.092.800
Seguros de viaje para hasta 8 invitados por 4 días	5611			17/02/2026	20/02/2026	4	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	Seguros	4	\$ 685.440	\$ -	\$ 171.360	\$ 685.440
Guía Turístico por 4 días	5611			17/02/2026	20/02/2026	4	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	Dias	4	\$ 2.380.000	\$ -	\$ 595.000	\$ 2.380.000
Ingreso a los atractivos/actividades de carácter cultural/turístico a los participantes del viaje de familiarización.	5021			17/02/2026	20/02/2026	4	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	Servicios	8	\$ 11.424.000	\$ -	\$ 1.428.000	\$ 11.424.000

 		FICHA DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Viceministerio de Turismo Fondo Nacional de Turismo - FONTUR						Código: FDMI-01 (F-GIN-01)							
								Versión: 16							
								Vigencia: 7 de diciembre de 2023							
4.1	4.1 Realizar y desarrollar los aspectos logísticos para la ejecución de la Rueda de Negocios en el Eje Cafetero con la participación de 15 empresarios.	4	Transporte terrestre desde Alejandría hasta el aeropuerto Jose Maria Cordova - ida y regreso para los 15 empresarios	5111	24/03/2026	27/03/2026	4	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	Viajes	2	\$ 2.142.000	\$ -	\$ 1.071.000	\$ 2.142.000
			Tiquetes aéreos ida y regreso para los 15 empresarios- Aeropuerto Jose Maria Cordoba hacia el aeropuerto Eden o Matecaña.	5111	24/03/2026	27/03/2026	4	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	Viajes	15	\$ 17.850.000	\$ -	\$ 1.190.000	\$ 17.850.000
			Trasporte interno de Pereira- Armenia- Pereira.	5111	24/03/2026	27/03/2026	4	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	Viajes	4	\$ 3.570.000	\$ -	\$ 892.500	\$ 3.570.000
			Alojamiento en Pereira habitación sencilla 3 noches, 4 días con desayuno incluido para 15 empresarios turísticos de la ciudad de Pereira (Hotel Movich)	5111	24/03/2026	27/03/2026	4	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	Viajes	60	\$ 28.560.000	\$ -	\$ 476.000	\$ 28.560.000
			Alimentación (Almuerzo y Cena) para 15 empresarios turísticos en la ciudad de Pereira	5111	24/03/2026	27/03/2026	4	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	Viajes	60	\$ 11.424.000	\$ -	\$ 190.400	\$ 11.424.000
			Alquiler de salón para misión comercial (Pereira) con capacidad para hasta 40 personas incluye cubremanteles y personal técnico para la Misión Comercial.	5111	24/03/2026	27/03/2026	4	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	Viajes	1	\$ 8.925.000	\$ -	\$ 8.925.000	\$ 8.925.000
			Estación de agua y café para los 40 asistentes a la Misión Comercial en Pereira	5111	24/03/2026	27/03/2026	4	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	Viajes	1	\$ 1.190.000	\$ -	\$ 1.190.000	\$ 1.190.000
			Alquiler de ayudas audiovisuales en salón con desayuno y presentación del destino para la Misión Comercial Pereira	5111	24/03/2026	27/03/2026	4	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	Global	1	\$ 1.785.000	\$ -	\$ 1.785.000	\$ 1.785.000
			Alquiler de salón para misión comercial (Armenia) con capacidad para hasta 40 personas incluye cubremanteles y personal técnico para la Misión Comercial.	5111	24/03/2026	27/03/2026	4	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	Global	1	\$ 8.925.000	\$ -	\$ 8.925.000	\$ 8.925.000
			Estación de agua y café para los 40 asistentes a la Misión Comercial en Armenia.	5111	24/03/2026	27/03/2026	4	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	Alimentación	1	\$ 1.190.000	\$ -	\$ 1.190.000	\$ 1.190.000
4.2	4.2 Ejecutar 1 mural a cielo abierto (uno de 145 m²) en el municipio, con promoción de Fontur y el municipio.	15	Realización de 1 Mural a cielo abierto de 145 m2 en el Municipio - con promoción de Fontur y Municipio (Alquiler o adquisición del sitio donde se realizará el mural junto con los permisos que se requieren para este serán gestionados por el proponente)	8230	15/03/2026	30/03/2026	15	Fortalecimiento de la promoción y el Mercado Turístico	Programa 1_M ercadeo_y_promoción_turística_nacional_y_regional	Global	1	\$ 59.500.000	\$ -	\$ 59.500.000	\$ 59.500.000
TOTAL											\$ 1.071.849.624	\$ 298.000.000		\$ 1.369.849.624	
PARTICIPACIÓN											78%	22%		100%	

Nota 1: Se debe presentar los documentos relacionados en el Manual para la Destinación de Recursos y Presentación de Proyectos de FONTUR.
Nota 2: Se sugiere evitar definir el presupuesto con decimales.

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS SOBRE RECURSOS DE CONTRAPARTIDA

TOTAL CONTRAPARTIDA A CARGO DEL PROPONENTE DEL PROYECTO \$ 298.000.000

NOMBRE DEL PROYECTO:	<i>Promoción del Municipio de Alejandría como destino turístico de Naturaleza, Bienestar y Paz a nivel nacional</i>
TARGET:	P + 25
OBJETIVO DE BRIEF:	<i>Promover el municipio de Alejandría como un destino turístico, mediante el diseño e implementación de una estrategia integral que posicione su oferta de naturaleza y multiculturalidad, incentivando así la llegada de visitantes y el fortalecimiento de su desarrollo económico y cultural.</i>

TOTAL CAMPAÑA	INVERSIÓN	SALIDAS	TIEMPO	SOI (% del PPTO destinado a cada medio)
TV REGIONAL	\$ 61.012.980	Hasta 28 salidas en televisión regional	60 días	11%
RADIO REGIONAL	\$ 36.249.780	Hasta 480 salidas en Radio regional	60 días	7%
VALLAS	\$ 150.980.334	Hasta 6 vallas posicionadas en la región	60 días	27%
MINIVALLAS	\$ 128.807.552	Hasta 4 vallas posicionadas a los alrededores de la región	60 días	23%
DIGITAL	\$ 174.868.939	Hasta 6,005,000 de personas alcanzadas con pauta en digital.	60 días	32%
PRESUPUESTO TOTAL	\$ 551.919.584	6,005,522		100%
INTERMEDIACIÓN AGENCIA 1,54%	\$ 7.034.163			
IVA 19%	\$ 88.121.614			

(Desglose de intermediación
agencia e IVA)

Nota:

Tv Nacional y regional: Se estima la cantidad de personas alcanzadas, conforme al rating de cada programa sobre el universo Ibope. 1 punto de rating se representa en 197.967 personas

Radio: Número de personas de la audiencia del target que se alcanzará según la última ola de ECAR

Radio regional: Radio regional no tiene medición oficial, se estima un 30% de la población total a la que cubre cada emisora, conforme al nivel de escucha y comportamiento de la audiencia radial en Colombia

Cine: Suma de los asistentes máximos que pueden estar en las salas a pautar de cada teatro por el 70% que se estima en nivel de ocupación promedio

Aeropuertos: Suma de tráfico promedio de personas que asisten cada mes a los aeropuertos propuestos

Transmilenio: Suma de tráfico promedio de personas que transitan en cada una de las estaciones o portales propuestos.

Metro: Suma de tráfico promedio de personas que transitan en cada una de las estaciones propuestas.

Digital: suma de views, clics e impresiones planeadas

Vallas: suma del promedio de personas que transitan mensualmente por las zonas propuestas

Terminales: Suma del tráfico promedio mensual que asiste a cada terminal propuesto

Centros comerciales: Suma del tráfico promedio mensual que asiste a cada centro comercial propuesto

Prensa y revistas: Se estima el alcance por cantidad de ejemplares emitidos por cada uno de los medios

Sitios.com: según usuarios

