Informe Promoción De Destino

OBJETO:

PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTIÓN DE LA SECRETARIA DISTRITAL DE DESARROLLO ECONÓMICO PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE ESTRATEGIA Y EJECUCIÓN DE ACCIONES DE PUBLICIDAD, PROMOCIÓN, POSICIONAMIENTO DE BARRANQUILLA ASI COMO LAS ACCIONES DE RELACIONAMIENTO ESTRATÉGICO CON PÚBLICO DE INTERÉS.

PRO BARRANQUILLA

ALCALDÍA DISTRITAL DE BARRANQUILLA

Contrato No. CD- CD-55-2025-8269

Informe de gestión No. 5 - Informe Final de Resultados a 31 de marzo de 2026

Presentamos formalmente las actividades desarrolladas en cumplimiento de los objetivos del contrato firmado entre la Alcaldía de Barranquilla y la Fundación ProBarranquilla con el fin de prestar servicios de apoyo a la gestión de la secretaria distrital de desarrollo económico para la estructuración de estrategia y ejecución de acciones de publicidad, promoción, posicionamiento de Barranquilla, así como las acciones de relacionamiento estratégico con público de interés.

En lo transcurrido en el desarrollo de las actividades se detallan a continuación:

1. OBJETIVO

1.1. OBJETIVO GENERAL

Prestación de servicios de apoyo a la gestión de la secretaria Distrital de Desarrollo Económico para la estructuración de estrategia y ejecución de acciones de publicidad, promoción, posicionamiento de Barranquilla, así como las acciones de relacionamiento estratégico con público de interés.

1.2. OBJETIVO ESPECÍFICO

Desarrollar e implementar acciones integrales de promoción del destino que contribuyan al posicionamiento nacional e internacional de la ciudad, incrementen el flujo de visitantes, fortalezcan su imagen como polo de inversión y turismo, y consoliden el relacionamiento estratégico con tomadores de decisión del sector aeronáutico, orientado a la apertura de nuevas rutas aéreas.

1.3. ACCIONES DE PROMOCIÓN

Las acciones descritas a continuación tienen como objetivo fortalecer la visibilidad de Barranquilla como destino turístico, destacando sus principales atractivos y experiencias. Como primera acción, se contempla la instalación de vallas publicitarias en aeropuertos estratégicos, con material audiovisual de alto impacto, orientado a inspirar a viajeros nacionales e internacionales y posicionar a la ciudad como un destino vibrante, auténtico y diverso.

La segunda acción se enmarca en la promoción del Carnaval de Barranquilla, reconociéndolo como el principal atractivo cultural de la ciudad y uno de los más representativos del país, aquí se desarrollarán acciones específicas para resaltar su valor como motor de atracción turística, contribuyendo a incrementar la llegada de visitantes y a consolidar la oferta turística

del destino.

La tercera acción, se centra en una estrategia de posicionamiento desarrollada para el Carnaval de Barranquilla y la ciudad a través de Tripadvisor, orientada a fortalecer la visibilidad nacional e internacional del destino mediante una campaña de publicidad digital especializada en una de las plataformas de viajes más influyentes del mundo. La acción impacta viajeros en etapas activas de inspiración, planificación y decisión de viaje, promoviendo a Barranquilla como un destino cultural, turístico y experiencial de primer nivel.

1.3.1. Vallas Publicitarias para promoción de destino

En el marco de la estrategia de posicionamiento internacional de Barranquilla y su Carnaval, se diseñó e implementó una campaña de promoción audiovisual a través de pantallas digitales DOOH (Digital Out Of Home) ubicadas en aeropuertos estratégicos nacionales e internacionales, con el objetivo de fortalecer la visibilidad de la ciudad ante viajeros nacionales e internacionales, promover sus principales atractivos turísticos y urbanos y posicionar el Carnaval de Barranquilla como uno de los eventos culturales más importantes de Colombia.

La estrategia buscó generar presencia del destino en puntos de alto tráfico de pasajeros y en momentos clave del proceso de viaje, impactando audiencias con capacidad de desplazamiento, turismo y consumo, así como fortalecer la recordación de Barranquilla como una ciudad moderna, cultural y preparada para recibir visitantes y eventos.

Producción y desarrollo del material audiovisual

Como parte de la fase inicial de implementación, se desarrolló la producción audiovisual de las piezas promocionales destinadas a las pantallas y vallas digitales ubicadas en los aeropuertos seleccionados: Miami (MIA), Tocumen – Ciudad de Panamá (PTY), El Dorado – Bogotá (BOG) y Rafael Núñez – Cartagena (CTG).

El contenido audiovisual fue diseñado para destacar los principales atractivos turísticos, culturales y nuevos desarrollos urbanos de Barranquilla, incorporando imágenes del Gran Malecón, la Ciénaga de Mallorquín, la recién inaugurada Luna de Barranquilla y otros espacios emblemáticos de la ciudad, proyectando una narrativa asociada a modernidad, cultura, experiencia y transformación urbana. Adicionalmente, las piezas incluyeron contenido relacionado con el Carnaval de Barranquilla, buscando fortalecer su posicionamiento como principal activo cultural y turístico de la ciudad en mercados nacionales e internacionales.

Los videos fueron desarrollados en distintos formatos y relaciones de aspecto, conforme a las especificaciones técnicas requeridas por cada aeropuerto y operador DOOH, garantizando compatibilidad y correcta reproducción en las diferentes pantallas seleccionadas.

Implementación y ejecución de la estrategia

Una vez culminado el proceso de producción y edición del material audiovisual, se adelantó la validación técnica y regulatoria de las piezas por parte de las terminales aéreas seleccionadas. Los aeropuertos de Miami (MIA), Tocumen (PTY), El Dorado (BOG) y Rafael Núñez (CTG) aprobaron oficialmente los contenidos, confirmando el cumplimiento de los lineamientos exigidos para su publicación en espacios digitales de alto tráfico.

La estrategia contempló la activación de un total de 9 pantallas digitales distribuidas en zonas estratégicas de circulación y espera de pasajeros, incluyendo pasillos comerciales, salas de espera y giant screens. Todas las piezas contaron con ciclos de reproducción superiores a 30 segundos y formatos de pantalla iguales o superiores a 80 pulgadas.

La implementación operativa de la campaña se realizó de manera escalonada, iniciando con la activación en Cartagena, seguida de Panamá y Bogotá, y finalizando con el lanzamiento en el Aeropuerto Internacional de Miami el 27 de diciembre de 2025, conforme al cronograma establecido con los operadores de medios y administraciones aeroportuarias.

A partir del 22 de diciembre de 2025 y hasta el 25 de enero de 2026, la estrategia permaneció activa de manera continua en los aeropuertos priorizados, garantizando presencia del destino en entornos de alto flujo nacional e internacional durante la temporada previa y de desarrollo del Carnaval de Barranquilla.

Resultados obtenidos y alcance de la estrategia

Como resultado de la implementación de la campaña, se alcanzaron niveles significativos de exposición y visibilidad del destino en los aeropuertos seleccionados.

En el Aeropuerto Internacional de Miami (MIA), las pantallas ubicadas en salas de espera y pasillos comerciales registraron un total de 208.725 impactos (spots), superando las expectativas inicialmente proyectadas para este mercado estratégico. Por su parte, en el Aeropuerto Internacional de Tocumen (PTY), uno de los principales hubs de conexión aérea de América Latina, se alcanzaron 1.458.345 impactos (spots) a través de cobertura digital y giant screens, convirtiéndose en el punto de mayor alcance de la estrategia. En el Aeropuerto Internacional El Dorado (BOG) se registraron 113.400 impactos (spots) en las pantallas seleccionadas, mientras que en el Aeropuerto Internacional Rafael Núñez (CTG) se obtuvieron 41.480 impactos (spots) durante la totalidad de la ejecución.

En conjunto, la estrategia permitió posicionar a Barranquilla y su Carnaval en puntos estratégicos de circulación de viajeros nacionales e internacionales, fortaleciendo la visibilidad del destino en mercados prioritarios y ampliando su presencia en entornos de alto tráfico asociados al turismo y la conectividad aérea.

Calendario de Publicación Diciembre 2025 y Enero 2026

	CIUDAD	ZONA	REFERENCIA	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M
				22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
AEROPUERTOS Publicaciones a 31 de diciembre de 2025	MIAMI	SALIDA INTERNACIONAL T1	MUPIS ELEVADOS SALA ESPERA						X	X	X	X	X
	MIAMI	SALIDA INTERNACIONAL T2	MUPIS DE PISO PASILLOS COMERCIALES						X	X	X	X	X
	CIUDAD DE PANAMÁ	SALIDA INTERNACIONAL T1	GIANT SCREEN			X	X	X	X	X	X	X	X
	CIUDAD DE PANAMÁ	SALIDA INTERNACIONAL T2	TOTEMS COBERTURA DIGITAL			X	X	X	X	X	X	X	X
	CARTAGENA	SALIDA INTERNACIONAL	TOTEM LED DOBLE CARA TT018	PROYECTADO PARA INICIAR EN ENERO									
	CARTAGENA	LLEGADAS INTERNACIONALES	TOTEM LED DOBLE CARA TT019	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	BOGOTÁ	SALA DE ESPERA INTERNACIONAL	TOTETM CIRCUITO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	BOGOTÁ	ZONA LLEGADAS VIAJEROS	PANTALLA LED LLEGADA INT. & NAL.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	BOGOTÁ	ZONA LLEGADAS VIAJEROS	PANTALLA LED LLEGADA INT. & NAL.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

	CIUDAD	ZONA	REFERENCIA	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
AEROPUERTOS Publicaciones a 01 al 31 de enero de 2026	MIAMI	SALIDA INTERNACIONAL T1	MUPIS ELEVADOS SALA ESPERA	X	X	X	X	X																										
	MIAMI	SALIDA INTERNACIONAL T2	MUPIS DE PISO PASILLOS COMERCIALES	X	X	X	X	X																										
	CIUDAD DE PANAMÁ	SALIDA INTERNACIONAL T1	GIANT SCREEN	X	X	X	X	X	X																									
	CIUDAD DE PANAMÁ	SALIDA INTERNACIONAL T2	TOTEMS COBERTURA DIGITAL	X	X	X	X	X	X																									
	CARTAGENA	SALIDA INTERNACIONAL	TOTEM LED DOBLE CARA TT018	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X						
	CARTAGENA	LLEGADAS INTERNACIONALES	TOTEM LED DOBLE CARA TT019	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X																					
	BOGOTÁ	SALA DE ESPERA INTERNACIONAL	TOTETM CIRCUITO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X									
	BOGOTÁ	ZONA LLEGADAS VIAJEROS	PANTALLA LED LLEGADA INT. & NAL.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X									

Con la finalización de la pauta el 25 de enero, se dio cierre a esta acción de promoción que estuvo activa durante los meses de diciembre y enero, periodo en el cual las pantallas permitieron amplificar la visibilidad del destino en escenarios de alto tráfico de viajeros. Esta estrategia contribuyó a reforzar la comunicación de los atractivos de Barranquilla y de la oferta turística de la ciudad, consolidando un esfuerzo de promoción internacional orientado a fortalecer el posicionamiento del destino y a estimular el interés de potenciales visitantes y actores del sector turístico y empresarial.

Evidencia fotográfica aeropuerto de Miami



Evidencia fotográfica aeropuerto de Panamá



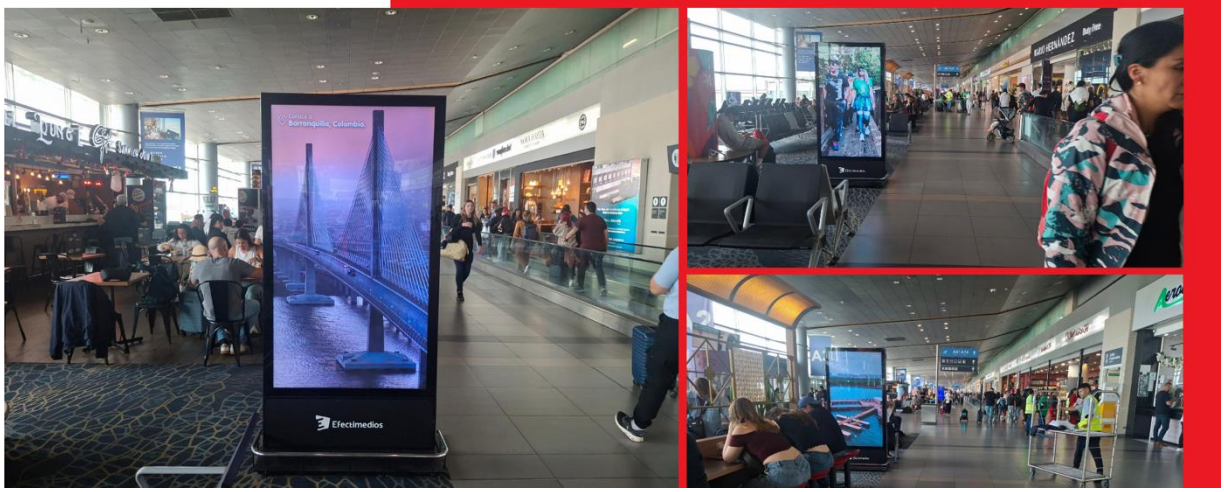
Evidencia fotográfica aeropuerto de Bogotá

REPORTE DE IMPLEMENTACIÓN

Sala de espera internacional

BOGOTÁ

AE INTERNACIONAL EL DORADO



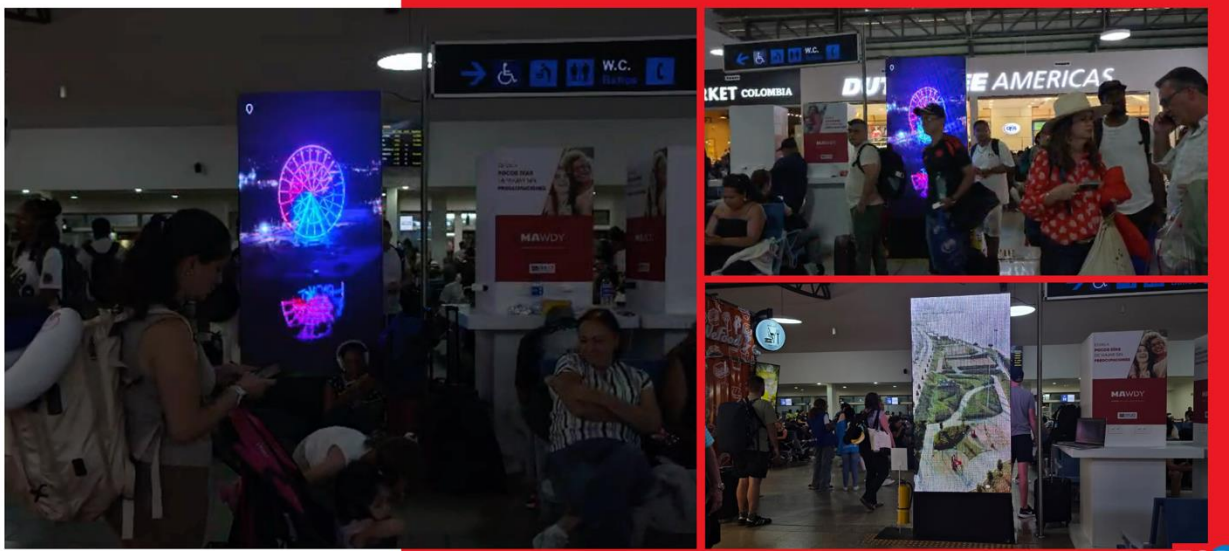
Evidencia fotográfica aeropuerto de Cartagena

REPORTE DE IMPLEMENTACIÓN

Sala de espera internacional

CARTAGENA

AE INTERNACIONAL RAFAEL NUÑEZ





Adicionalmente se anexa el certificado final de ejecución por parte del operador de las pantallas.

1.3.2. Campaña TripAdvisor

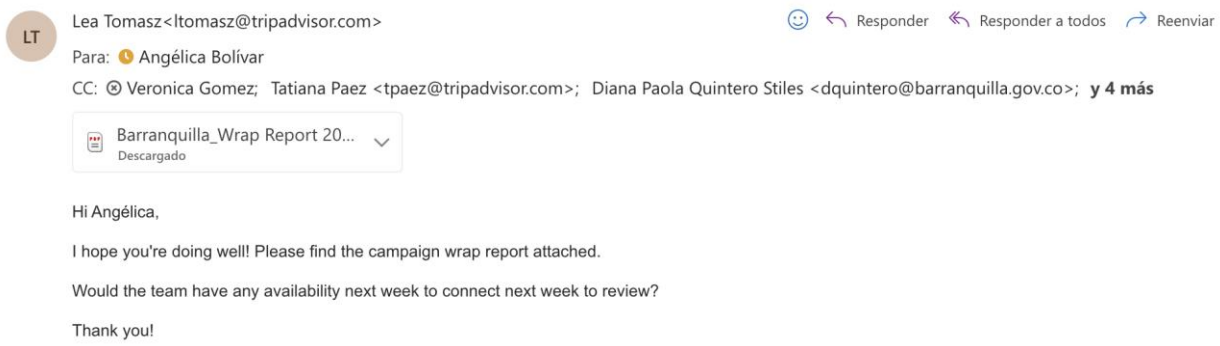
La estrategia de posicionamiento internacional desarrollada a través de Tripadvisor permitió consolidar la presencia de Barranquilla en uno de los principales ecosistemas digitales de planificación de viajes a nivel mundial, impactando de manera efectiva audiencias con alta intención de viaje en mercados priorizados para el destino. Durante la ejecución de la campaña se alcanzaron más de 2,2 millones de impresiones y 10.389 clics, evidenciando una amplia exposición de los contenidos promocionales y un interés significativo por parte de los usuarios en conocer la oferta turística y cultural de la ciudad.

Los resultados obtenidos reflejan una respuesta positiva de las audiencias impactadas, con más de 12.300 visitas al canal de destino de Barranquilla dentro de Tripadvisor, donde se registraron más de 10.100 usuarios únicos y una tasa de interacción del 45%, indicador que evidencia un nivel relevante de interés y exploración de los contenidos asociados al destino.

La estrategia permitió posicionar atributos diferenciales de Barranquilla relacionados con su riqueza cultural, su oferta de experiencias, su vida nocturna, su gastronomía y especialmente el Carnaval de Barranquilla como principal activo cultural de la ciudad. Asimismo, logró visibilidad en mercados estratégicos de Estados Unidos, particularmente en Florida, Texas y California, identificándose concentraciones importantes de usuarios en áreas metropolitanas como Miami, Orlando, Dallas-Fort Worth, Tampa y West Palm Beach, territorios que representan oportunidades relevantes para la promoción turística y la atracción de visitantes internacionales.

Desde la perspectiva de impacto turístico, los modelos de atribución de Tripadvisor estiman que la campaña generó más de 500 noches de alojamiento asociadas a usuarios expuestos a la publicidad, un impacto económico aproximado de USD 84.000 y una estancia promedio de 3,3 días, resultados que evidencian la capacidad de este tipo de acciones para influir en las decisiones de viaje y contribuir al posicionamiento internacional del destino.

De manera complementaria, la combinación de formatos onsite, pauta digital externa, redes sociales y el canal de destino especializado permitió amplificar el alcance de la estrategia y fortalecer la narrativa de Barranquilla como una ciudad auténtica, diversa y preparada para recibir visitantes nacionales e internacionales. En este sentido, los resultados alcanzados demuestran la efectividad de Tripadvisor como plataforma de promoción turística especializada y confirman la pertinencia de continuar desarrollando acciones de posicionamiento internacional orientadas a mantener la visibilidad del destino en mercados estratégicos y fortalecer la intención de viaje hacia Barranquilla y su Carnaval.



Se anexa reporte oficial de resultados correspondientes a la campaña de TripAdvisor enviados por correo electrónico del cual se adjunta también evidencia.

1.4 Kits promocionales

Estrategia de posicionamiento internacional del Carnaval de Barranquilla – Entrega de kits promocionales

Contexto y desarrollo de la estrategia

Dando continuidad a las actividades estratégicas de promoción y posicionamiento internacional del Carnaval de Barranquilla, se avanzó en la implementación de una estrategia de relacionamiento orientada a fortalecer la conexión del destino con actores de alto impacto y capacidad de influencia a nivel nacional. Esta acción se desarrolló en articulación con Carnaval S.A., aprovechando el Carnaval como principal plataforma cultural y turística de Barranquilla y como vehículo de promoción del destino ante públicos estratégicos.

La estrategia contempló el diseño, producción y entrega de kits promocionales del Carnaval de Barranquilla dirigidos a empresarios, medios de comunicación nacionales, líderes de opinión, influenciadores digitales, operadores de eventos, potenciales inversionistas y

entidades del ecosistema de promoción y relacionamiento institucional. La selección de estos públicos respondió a un ejercicio previo de inteligencia de mercados y consolidación de bases de datos provenientes de las gerencias de Turismo, Inversión y Entorno de Negocios de ProBarranquilla, priorizando actores con capacidad de amplificación, generación de conversación y toma de decisión.

Objetivo de la estrategia

La estrategia tuvo como objetivo generar un acercamiento directo con actores clave previamente identificados, fortalecer el posicionamiento del destino en audiencias estratégicas y promover conversaciones relevantes alrededor de Barranquilla como una ciudad atractiva para el turismo, la realización de eventos, la inversión y el desarrollo de negocios.

Esta acción fue concebida como una herramienta de promoción experiencial, orientada a trasladar atributos culturales, turísticos y diferenciales del destino a públicos específicos con capacidad de influencia y alcance en audiencias nacionales. Asimismo, buscó consolidar una narrativa de ciudad asociada a la cultura, la autenticidad y la diversidad, utilizando el Carnaval de Barranquilla como eje central para fortalecer la percepción y recordación del destino.

Implementación de la estrategia

La estrategia de entrega de kits promocionales se ejecutó en dos fases, permitiendo garantizar una distribución oportuna de los materiales previo al inicio del Carnaval de Barranquilla 2026. La primera fase se desarrolló durante el mes de enero de 2026, con la entrega de 150 kits a públicos estratégicos previamente identificados. Posteriormente, durante el mes de febrero de 2026, se llevó a cabo la segunda fase de la estrategia, mediante la entrega de los 200 kits restantes, completando así la distribución total de 350 kits promocionales contemplados dentro de la acción.

Los envíos fueron realizados antes del inicio oficial del Carnaval, buscando generar expectativa, conversación y recordación del destino en momentos previos al desarrollo de la temporada festiva y a la llegada de visitantes nacionales e internacionales.

La distribución se ejecutó mediante un operador logístico especializado, garantizando cobertura nacional, trazabilidad y cumplimiento en las entregas a los destinatarios priorizados. La estrategia contempló tanto direcciones personalizadas como direcciones corporativas de empresas y organizaciones vinculadas a los actores identificados, permitiendo ampliar el alcance de la acción y asegurar la llegada efectiva de los kits a públicos estratégicos.

La implementación de esta iniciativa permitió consolidar una acción de promoción experiencial que conectó emocionalmente a los actores impactados con el Carnaval y con la experiencia de ciudad, trasladando de manera tangible elementos asociados a la cultura, creatividad e identidad de Barranquilla, fortaleciendo así el posicionamiento del Carnaval como principal activo cultural y turístico del destino.

Conceptualización y selección de elementos promocionales

La selección de los elementos incluidos dentro de la caja promocional respondió a una estrategia orientada a combinar identidad cultural, experiencia, recordación y visibilidad del destino. Cada uno de los artículos fue escogido por su capacidad de trasladar la esencia del Carnaval más allá del evento, permitiendo que el destinatario pudiera vivir, recordar y compartir la experiencia de Barranquilla en distintos contextos.

Las prendas y accesorios incluidos fortalecen la recordación y convierten a los receptores en embajadores espontáneos del Carnaval y de la ciudad; la inclusión de productos elaborados por hacedores del Carnaval y de origen barranquillero refuerza el reconocimiento del talento local, la economía creativa y las tradiciones culturales del territorio; mientras que la caja brandeada en madera eleva el valor percibido de la experiencia y genera un impacto visual inicial alineado con los objetivos de posicionamiento de la estrategia.

En este sentido, la caja promocional incluyó elementos como camisetas estampadas, gafas, gorra contramarcada, tapacorchos elaborados por hacedores del Carnaval y una caja brandeada en madera, consolidando una narrativa coherente de ciudad y fortaleciendo la proyección del Carnaval como una plataforma estratégica de relacionamiento, comunicación y promoción del destino.

Resultados obtenidos

La estrategia permitió fortalecer la visibilidad y conversación alrededor del Carnaval de Barranquilla en audiencias estratégicas previamente identificadas, generando impactos orgánicos mediante publicaciones, menciones y reposts en redes sociales por parte de algunos de los actores impactados, a través de la entrega de los 350 kits. De igual forma, facilitó el acercamiento con medios de comunicación, empresarios y aliados estratégicos, contribuyendo a ampliar el alcance de los mensajes asociados al Carnaval y a la experiencia de ciudad.

Asimismo, la acción permitió consolidar relaciones con actores relevantes para la promoción del destino, fortaleciendo la recordación del Carnaval en públicos con capacidad de influencia y toma de decisión. Esto contribuyó al posicionamiento de Barranquilla como un destino cultural, turístico y de eventos con capacidad de convocatoria nacional e internacional.

La relevancia de este tipo de estrategias se evidencia en el impacto alcanzado por el Carnaval de Barranquilla 2026, el cual, de acuerdo con información oficial, superó los 6 millones de espectadores, recibió más de 820.000 visitantes nacionales e internacionales y generó un impacto económico superior a los $840.000 millones, además de alrededor de 195.000 empleos directos e indirectos. Asimismo, el Carnaval alcanzó una proyección digital histórica, logrando un alcance superior a los 500 millones de usuarios en entornos digitales y presencia en más de 48 países.

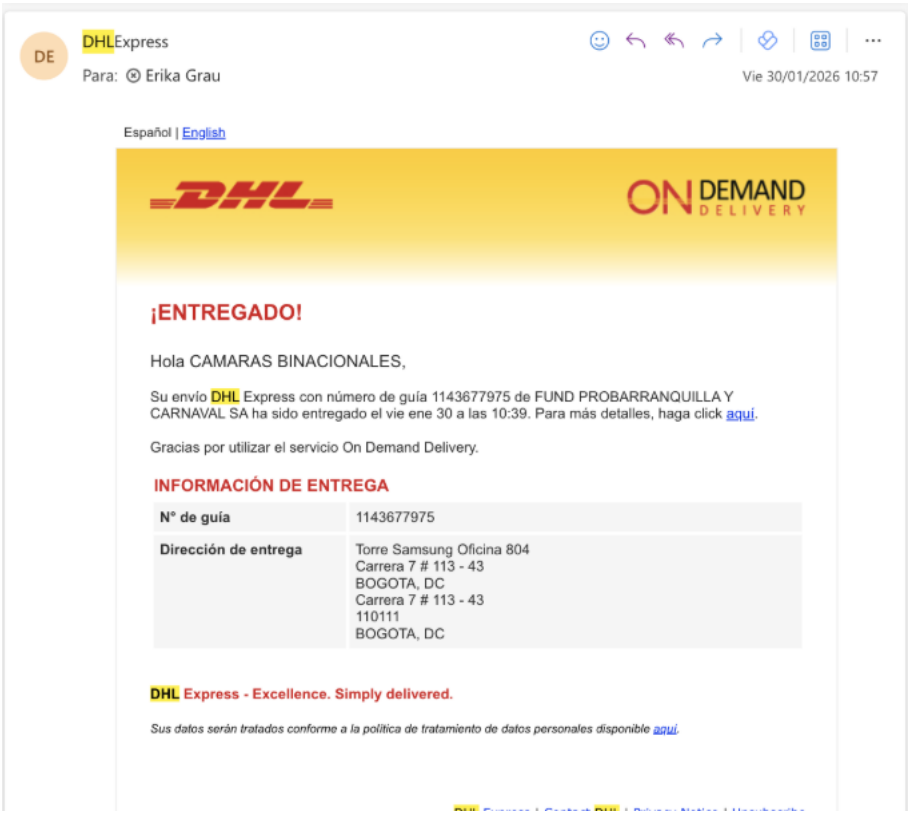
En este contexto, la estrategia de entrega de kits promocionales aportó al fortalecimiento del posicionamiento internacional del Carnaval de Barranquilla, ampliando su visibilidad en públicos estratégicos y consolidándolo como uno de los principales activos culturales y

turísticos de Colombia y como una plataforma clave para la promoción nacional e internacional de la ciudad.

Se anexa base de datos final de envío de kits.

Evidencia de guías de envío y entrega





DE

DHLExpress

Para: Erika Grau

Vie 30/01/2026 16:50

Español | English

¡ENTREGADO!

Hola CHALLENGER,

Su envío DHL Express con número de guía 1904985040 de FUND PROBARRANQUILLA Y CARNAVAL SA ha sido entregado el vie ene 30 a las 16:35. Para más detalles, haga click aquí.

Gracias por utilizar el servicio On Demand Delivery.

INFORMACIÓN DE ENTREGA

N° de guía	1904985040
Dirección de entrega	DIAGONAL 25 G 94 55 BOGOTA, DC 110111 BOGOTA, DC

DHL Express - Excellence. Simply delivered.

Sus datos serán tratados conforme a la política de tratamiento de datos personales disponible aquí.

DE

DHLExpress<NoReply.ODD@dhl.com>

Para: Erika Grau

Responder | Responder a todos | Reenviar

Mié 28/01/2026 17:31

Español | English

SU ENVÍO ESTÁ EN CAMINO

Hola EVENTECH,

Su envío de DHL Express con número de guía 6285474020 de FUND PROBARRANQUILLA Y CARNAVAL SA está en camino. Se requerirá una firma al momento de la entrega.

La fecha de entrega actual estimada es vie ene 30 antes del Final del Día.

Para ver sus opciones de entrega, hacer cambios o rastrear su envío, haga click aquí.

INFORMACIÓN DE ENTREGA

N° de guía	6285474020
Dirección de entrega	calle 10 oeste 38 286, apto 103E CALI 760001 CALI
Fecha estimada de entrega	vie ene 30
Hora de entrega	antes del Final del Día
Referencia del remitente	N/A

DHL Express - Excellence. Simply delivered.

Sus datos serán tratados conforme a la política de tratamiento de datos personales disponible aquí.

DE

DHLExpress<NoReply.ODD@dhl.com>

Para: Erika Grau

Responder | Responder a todos | Reenviar

Mié 28/01/2026 17:31

Español | English

SU ENVÍO ESTÁ EN CAMINO

Hola ALQUERIA,

Su envío de DHL Express con número de guía 4267918340 de FUND PROBARRANQUILLA Y CARNAVAL SA está en camino. Se requerirá una firma al momento de la entrega.

La fecha de entrega actual estimada es vie ene 30 antes del Final del Día.

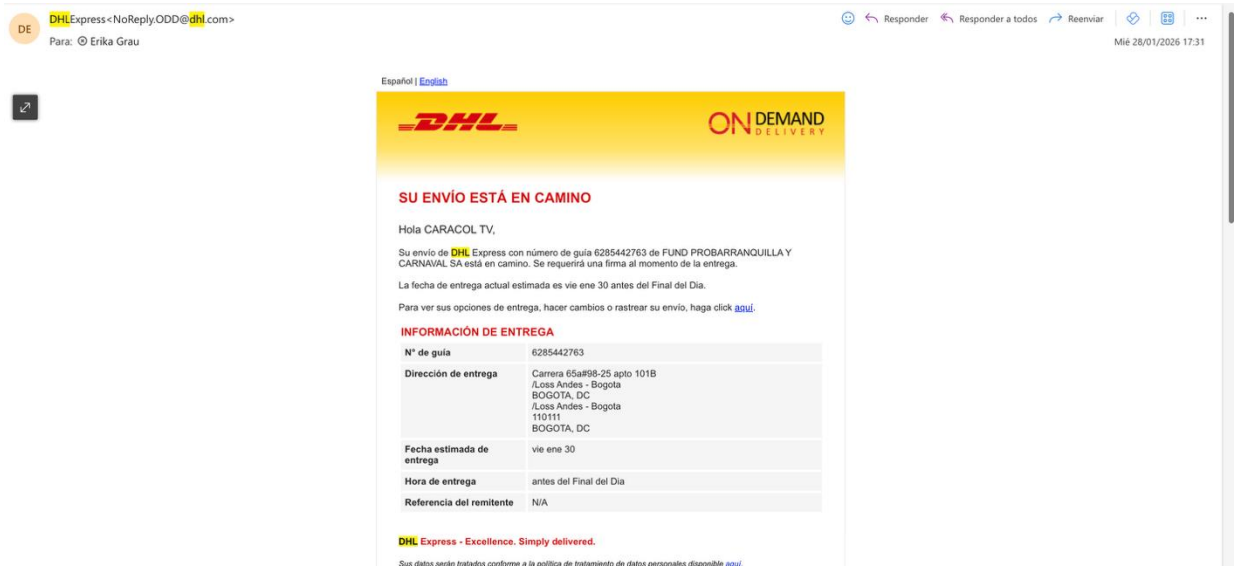
Para ver sus opciones de entrega, hacer cambios o rastrear su envío, haga click aquí.

INFORMACIÓN DE ENTREGA

N° de guía	4267918340
Dirección de entrega	Calle 39A #. 39f- 23 Sur BOGOTA, DC 110111 BOGOTA, DC
Fecha estimada de entrega	vie ene 30
Hora de entrega	antes del Final del Día
Referencia del remitente	N/A

DHL Express - Excellence. Simply delivered.

Sus datos serán tratados conforme a la política de tratamiento de datos personales disponible aquí.



DE DHLExpress<NoReply.ODD@dhl.com>
Para: Erika Grau

Responder | Responder a todos | Reenviar
Mié 28/01/2026 17:31

Español | English

DHL ON DEMAND DELIVERY

SU ENVÍO ESTÁ EN CAMINO

Hola CARACOL TV,

Su envío de DHL Express con número de guía 6285442763 de FUND PROBARRANQUILLA Y CARNAVAL SA está en camino. Se requerirá una firma al momento de la entrega.

La fecha de entrega actual estimada es vie ene 30 antes del Final del Dia.

Para ver sus opciones de entrega, hacer cambios o rastrear su envío, haga click aquí.

INFORMACIÓN DE ENTREGA

N° de guía	6285442763
Dirección de entrega	Carrera 65a#98-25 apto 101B /Loss Andes - Bogota BOGOTA, DC /Loss Andes - Bogota 110111 BOGOTA, DC
Fecha estimada de entrega	vie ene 30
Hora de entrega	antes del Final del Dia
Referencia del remitente	N/A

DHL Express - Excellence. Simply delivered.

Sus datos serán tratados conforme a la política de tratamiento de datos personales disponible aquí.

Evidencia diseño de cajas





Evidencia de entregas


CARNAVAL
BARRANQUILLA


CARNAVAL
DE
BARRANQUILLA
¡Barranquilla,
un destino que conquista
el mundo!


CARNAVAL
BARRANQUILLA


6AM


CARNAVAL DE BARRANQUILLA
QUIEN LO VIVE ES QUIEN LO GOZA


@carnavalbaq