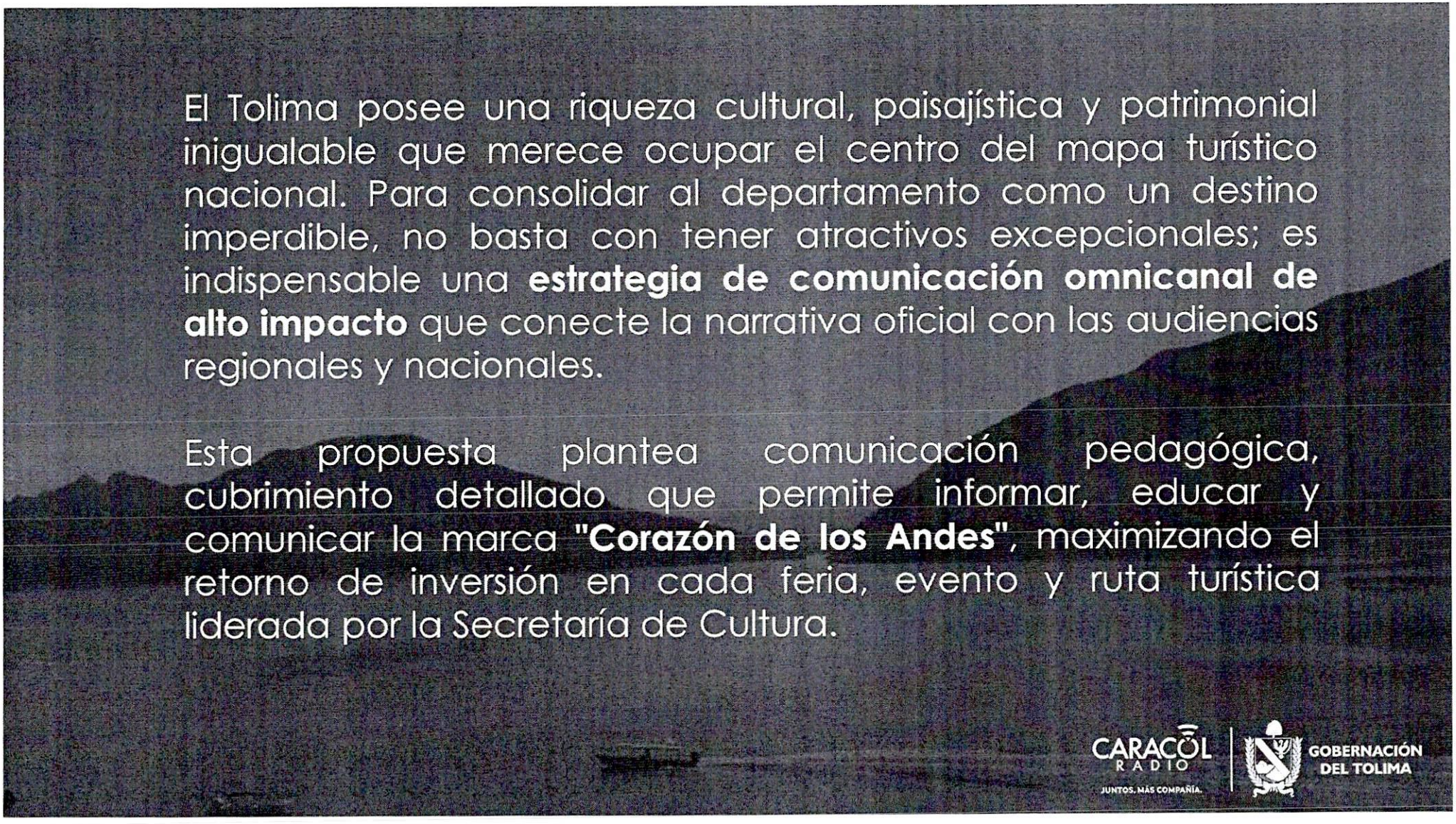

CARACOL
RADIO
JUNTOS, MÁS COMPAÑÍA.
GOBERNACIÓN
DEL TOLIMA


Hoy el Tolima está en su mejor momento.
Tiene historias que contar, avances que mostrar y un futuro que se está construyendo bien y es el momento de poner esas historias frente a los ojos y los oídos de todo un país.
CARACOL RADIO
JUNTOS, MÁS COMPAÑÍA.
GOBERNACIÓN DEL TOLIMA


Por eso en Prisa Media
presentamos:
CARACOL
RADIO
JUNTOS, MÁS COMPAÑÍA
GOBERNACIÓN
DEL TOLIMA


TOLIMA ESTÁ EN SU MEJOR MOMENTO
2026
Movimiento - Transformación – Liderazgo
Una plataforma de conversación nacional alrededor del Tolima
CARACOL RADIO
JUNTOS, MÁS COMPAÑÍA.
GOBERNACIÓN DEL TOLIMA


El Tolima posee una riqueza cultural, paisajística y patrimonial inigualable que merece ocupar el centro del mapa turístico nacional. Para consolidar al departamento como un destino imperdible, no basta con tener atractivos excepcionales; es indispensable una **estrategia de comunicación omnicanal de alto impacto** que conecte la narrativa oficial con las audiencias regionales y nacionales.
Esta propuesta plantea comunicación pedagógica, cubrimiento detallado que permite informar, educar y comunicar la marca **"Corazón de los Andes"**, maximizando el retorno de inversión en cada feria, evento y ruta turística liderada por la Secretaría de Cultura.
CARACOL RADIO
JUNTOS. MÁS COMPAÑÍA.
GOBERNACIÓN DEL TOLIMA


Propuesta Estratégica de Promoción y Visibilización Turística
Secretaría de Cultura y Turismo de la Gobernación del Tolima
Propuesta integral de posicionamiento para la marca "Corazón de los Andes" y las Rutas Turísticas del Departamento.
CARACOL RADIO
JUNTOS, MÁS COMPAÑÍA
GOBERNACIÓN DEL TOLIMA

OBJETIVO

Principal

Promocionar e impulsar el turismo del departamento del Tolima como un destino ambiental, natural, gastronómico, competitivo y sostenible de alcance nacional, mediante el diseño e implementación de una estrategia integral que resalte su riqueza turística, dinamizando la economía local y articulando la oferta regional para el 2026.

Específicos

- **Crear contenidos de alto impacto** para promover el destino como un referente de la cultura cafetera en el país.
- **Amplificar el mensaje de Tolima Centro de Inversión con enfoque de turismo propositivo y regenerativo.**
- **Dinamizar el turismo regional** a través de la feria Internacional de turismo.
- **Promover el portafolio turístico con viajeros potenciales** a nivel regional y nacional.

CARACOL RADIO
JUNTOS, MÁS COMPAÑÍA.

GOBERNACIÓN DEL TOLIMA

ESTRATEGIA GENERAL

Tolima en Movimiento será una plataforma de contenidos y experiencias diseñada para promover al departamento del Tolima como un territorio turístico con oportunidades para el Desarrollo cultural, patrimonial, competitivo, indice de competitividad.

Más que informar. La estrategia buscará instalar una percepción y hacer pedagogía a los pilares turísticos y culturales. En el Tolima las cosas están pasando, el Tolima es un departamento de oportunidades, el Tolima es dinámico…

¡El Tolima está en su mejor momento!

Hitos/Picos: Grandes momentos de alto impacto

Frecuencia: Presencia permanente

Amplificación: Radio + digital + experiencias + relaciones públicas.

CARACOL RADIO
JUNTOS, MÁS COMPAÑÍA.

GOBERNACIÓN DEL TOLIMA

2026

ACCIONES ESTRATÉGICAS 2026- II SEMESTRE

PLATAFORMA "EL TOLIMA ESTÁ EN MOVIMIENTO" están pasando cosas buenas.

	SEPTIEMBRE	SEPTIEMBRE	OCTUBRE
ACCIÓN ESPECÍFICA:	**Promoción de destino como territorio cafetero**	**Encuentro de mujeres líderes en la política**	**IN&M 2026 (Feria Ibagué, Negocios y Moda)**
OBJETIVO:	Posicionar, visibilizar y consolidar al departamento del Tolima como un **'Territorio Cafetero'** por excelencia y eje fundamental de la marca turística *'Corazón de los Andes.*	Visibilizar el liderazgo político femenino de la región del Tolima , sus aportes, fortalezas e impactos.	Divulgar la información relacionada con el evento en Ibagué, el desarrollo del sector e impacto económico para la región.
DESCRIPCIÓN:	Promover las rutas turísticas del café en los diferentes municipios productores del Tolima a través de 2 crónicas radiales, 1 cubrimiento periodístico y 2 reportajes digitales, invitando a los colombianos a vivir la "experiencia en origen". Destacar las historias de vida de las familias caficultoras, asociaciones y emprendedores locales a través de los micrófonos de Caracol Radio, posicionando el componente humano y cultural que hay detrás de cada taza de café tolimense. - 1 Acompañamiento equipo Luciérnaga en terreno - 1 Acompañamiento Las Inexpertas de Bésame	1 Vitrina Caracol desde el sitio definido: Incluye 3 salidas en vivo, 1 entrevista hasta de 2 minutos a un vocero de la marca, Informes en vivo en 6 AM W, 20 Cápsulas de contenido hasta 30" con los hitos más importantes del evento distribuidas en 6 AM, Dos Puntos, en Luciérnaga, en A Vivir, 1 Video contenidos hasta de 1 Minuto desarrollados por un talento desde lugar de transmisión con amplificación en RRSS; 1 Video Resumen con los mejores momentos con amplificación en RRSS de Caracol Radio; 1 registro fotográfico amplificado en RRSS tipo carrusel; Instagram Stories de convocatoria; 1 Nota de contenido con amplificación en RRSS.	- 1 Plaza Alvira: Un espacio donde la noticia llega a la gente, abordando las historias y temas que nos involucran y nos conectan como país. Participación de la marca en el desarrollo del contenido del formato según criterio periodístico. Amplificación con 1 Reel en Tiktok e Instagram + 12 Promos hasta de 30": 3 en Dos puntos, 3 en Luciérnaga, 3 en A Vivir FDS y 3 en Noticiero Media día.

2026

ACCIONES ESTRATÉGICAS 2026- II SEMESTRE

PLATAFORMA "EL TOLIMA ESTÁ EN MOVIMIENTO" están pasando cosas buenas.

	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	DICIEMBRE
ACCIÓN ESPECÍFICA:	**Serenata a Ibagué**	**Feria Internacional de turismo**	**El toque secreto enfoque a mujeres**	**Congreso nacional de profesionales de la minería**
OBJETIVO:	Utilizar la música, la poesía y las expresiones artísticas tradicionales como el eje central de atracción turística, conectando la herencia musical de Ibagué con audiencias a nivel regional y nacional.	Invitar a las audiencias a conocer y disfrutar de los atributos, lugares y pasajes naturales y culturales que ofrece el Tolima y el impacto social, económico y ambiental del sector.	Reconocer, visibilizar y exaltar el rol de la mujer tolimense como guardiana de la gastronomía ancestral, la tradición y los saberes artesanales, bajo el paraguas de la marca turística 'Corazón de los Andes'.	Posicionar al Tolima como un escenario clave para el debate técnico, el desarrollo regional y la sostenibilidad. Esto con el fin de proyectar una imagen de competitividad, gobernanza y atracción.
DESCRIPCIÓN:	- 2 Historias y testimoniales - 1Cubrimiento periodístico local. - 1Desarrollo editorial digital - Dar alcance a ciudadanos, artistas y compositores.	- 2 Historias y testimoniales - 1 Cubrimiento periodístico local. - 1 Desarrollo editorial digital - Dar alcance a promotores, guías turísticos y otros actores del sector.	- El Toque Secreto" se consolida como una experiencia vivencial y un homenaje directo al talento, la sazón y la destreza manual de las mujeres del Tolima. - 2 Historias y testimoniales - 1 Cubrimiento periodístico local. - 1 Desarrollo editorial digital - Dar alcance a mujeres de distintos municipios.	Este evento se presenta ante la opinión pública como un espacio donde la minería responsable y el desarrollo local convergen. Mediante 1 especial editorial bajo el liderazgo de Gustavo Gómez, se desarrollaran 3 entrevistas de análisis, notas informativas y 2 cubrimientos en el ecosistema digital y radial de Caracol Radio, proyectando al Tolima como un departamento preparado, moderno y estratégico para los grandes eventos corporativos y sectoriales del país.

2026

INVERSIÓN- Gobernación del Tolima

ACCIONES ESTRATÉGICAS/ TÁCTICAS DE PLATAFORMA "TOLIMA EN MOVIMIENTO"

$ 500 Millones incluido IVA


La mayor cobertura de radio en la
historia de Colombia

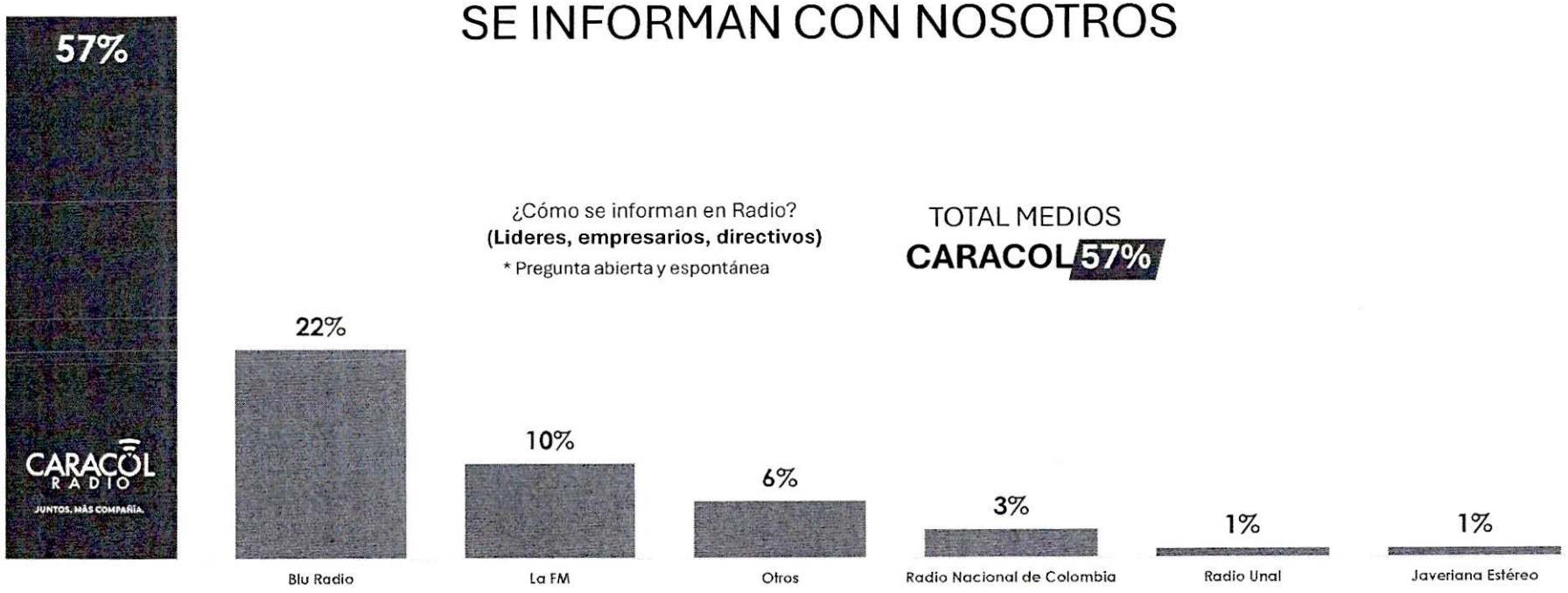
LA MAYOR AUDIENCIA DE RADIO
EN LA HISTORIA DE COLOMBIA



CARACOL RADIO
JUNTOS, MÁS COMPAÑÍA.

6 DE CADA 10
LIDERES DE OPINIÓN
EN COLOMBIA
SE INFORMAN CON NOSOTROS

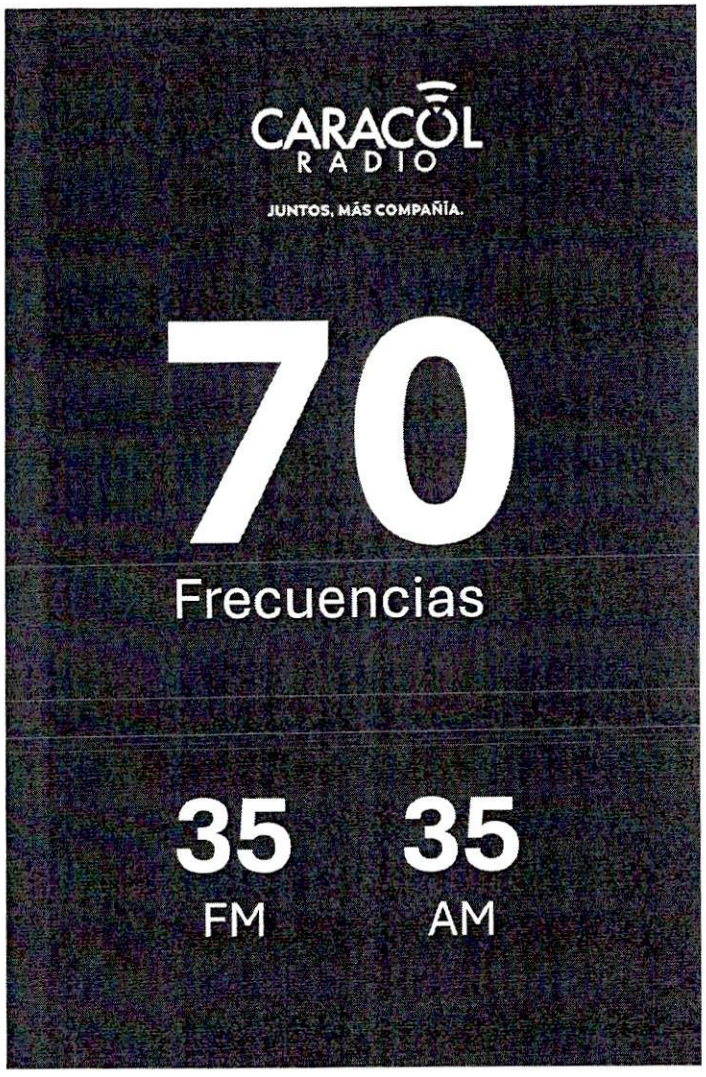
CIFRAS & CONCEPTOS
INFORMACIÓN INTELIGENTE



¿Cómo se informan en Radio?
(Lideres, empresarios, directivos)
* Pregunta abierta y espontánea

TOTAL MEDIOS
CARACOL 57%

Fuente: PANEL DE OPINION – CIFRAS Y CONCEPTOS SEPTIEMBRE 2025



25 | **DEPARTAMENTOS**

44 | **CIUDADES**

631 | **MUNICIPIOS**

DUPLICAMOS Y QUINTUPLICAMOS

NUESTRAS COMPETENCIAS

	CARACOL RADIO	LA FM	blu radio
DIALES	⬆ 70	29	11
CIUDADES	⬆ 44	24	12
DEPARTAMENTOS	⬆ 25	20	12

CARACOL
RADIO

JUNTOS, MÁS COMPAÑÍA.

GOBERNACIÓN
DEL TOLIMA