



**PROCOLOMBIA**

EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

## CASO HIPOTÉTICO AGENCIA BTL 2019 – 2020

“Nuevo formato de generación de negocios y awareness del país”

### ANTECEDENTES

- PROCOLOMBIA participa cada año, con montajes reconocidos y premiados, en las ferias de turismo y de exportaciones más importantes del mundo. Tales como: Magic Las Vegas, Fitur, WTM, ITB, Sial, FruitLogística, Biofach.
- PROCOLOMBIA genera acciones y activaciones de promoción innovadoras y no tradicionales como Paris Plage, Casa Colombia, supra-café, 20 de julio, Brasil 2014, donde a través de actividades lúdicas y experienciales, logra transmitir y enseñar sobre la cultura, la diversidad, el talento y la historia de Colombia.
- Generamos e ideamos acciones y espacios de negocios y académicos donde los empresarios colombianos se reúnen con compradores internacionales para generar oportunidades de negocios. Aprenden de los diferentes mercados y se dan a conocer a los mercados las oportunidades de negocio con Colombia. Ejemplo: las semanas de Colombia, los workshops, los seminarios, foros de inversión, ruedas de negocios y las Macrorruedas.
- Aprovechamos las actividades de promoción o presencia de Colombia en diferentes países para tener Product placement (ubicación de producto) y mostrar oferta exportable de productos y destinos en Colombia.
- Velamos y trabajamos en pro de generar acciones de venta cruzada, multi ejes a nivel internacional.

### EJEMPLOS DE ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN POR CADA EJE

#### EXPORTACIONES

**Fruitlogística** – PROCOLOMBIA ha participado en varias ocasiones en esta feria, que se desarrolla en Berlín (Alemania) en el mes de febrero. El objetivo de esta feria es promover las exportaciones de las frutas frescas en los diferentes países del mundo. Colombia se destaca mucho en este sector por lo que siempre es un gran referente para otros países.

**Anuga** – PROCOLOMBIA ha participado en varias ocasiones en esta feria, que se desarrolla en Colonia (Alemania) en el mes de octubre. El tema de la feria es Alimentos diversos por lo que Colombia muestra su gran oferta en lácteos, vegetales y frutas, cacao y café.

**Mobile World Congress** – Es la feria más importante de desarrollo de productos y aplicaciones para el sector de smartphones y tecnología móvil. Para PROCOLOMBIA este es un sector de suma importancia, ya que Colombia año a año está incrementando sus exportaciones en este sector, por lo que cada vez es más





**PROCOLOMBIA**

EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

importante mostrar los productos que se están desarrollando y que son de gran interés para el público mundial.

**Macrorrueda 70** – Escenario de negocios que reúne alrededor de 1000 compradores internacionales y 2000 exportadores colombianos para mostrar la oferta del país al mundo y generar oportunidades de negocios.

## TURISMO

**Participación Fitur y otras ferias internacionales de turismo** – PROCOLOMBIA desde el eje de Turismo, hace más de ocho (8) años participa en ferias de alto reconocimiento a nivel internacional, donde se crea una experiencia 360° que comienza desde un diseño impactante del stand, incluyendo activaciones innovadoras que promocionen destinos colombianos, hasta la generación de espacios para la realización de negocios.

En Fitur del año 2017, PROCOLOMBIA obtuvo el premio al mejor stand de la feria, pues era una representación única de un diseño sostenible, ya que el diseño estaba inspirado en un gran bosque que representaba a cada destino y lo conectaba en tiempo real con el mismo.

**Semanas de Colombia / workshops** – Es un formato novedoso, creado por PROCOLOMBIA con el fin de hacer acciones que involucren con todas las cadenas, allí se hace una actividad de capacitación a los empresarios colombianos sobre el mercado al que viajaron para poder preparar su oferta y que sea exitosa en el mismo. También se hace una actividad para que los empresarios extranjeros conozcan a Colombia de una forma diferente, y decidan incluirla en los paquetes. Después se hace una agenda comercial que incluye una pequeña rueda para que puedan cerrar los negocios, y finalmente una activación a público final para que pongan a Colombia en su panorama.

**Workshop Brasil 2016** – PROCOLOMBIA trabajó el concepto como si Colombia fuera una película y se denominó: “La Premier Colombia”, donde la experiencia comenzaba en una alfombra roja que tenía personajes que interactuaban con el público y representaban a cada región. Luego se capacitaba (de una forma no tradicional) sobre lo que se podía hacer en Colombia. Generando como resultado que la recepción por parte del público fuera mucho mejor y estuvieran interesados en hacer negocios con los colombianos.

## MARCA PAIS

**Casa Colombia en Brasil** – Durante los juegos olímpicos de Rio 2016, PROCOLOMBIA contó con una casa durante varias semanas en un lugar estratégico de Rio, allí se realizaban actividades lúdicas, musicales, muestra de oferta exportable y de destinos. El objetivo de esta actividad era aprovechar el público extranjero que viajó a los juegos olímpicos de Rio 2016, esta locación tenía varios espacios para la realización de las actividades, PROCOLOMBIA logró realizar una alianza con otras entidades para que tuvieran un espacio a su disposición y de esta forma cubrir los gastos de alquiler y mantenimiento de la locación. Por ejemplo, el





**PROCOLOMBIA**

EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

COMITÉ OLIMPICO COLOMBIANO (COC) tuvo un espacio para la realización de las ruedas de prensa, generando free press y visitas de medios internacionales.

**Brasil 2014** - Durante el mundial de fútbol de Brasil 2014, el eje de Marca País diseñó unos *kits* para que los colombianos que viajaban al mundial se llevaran, representaran y transmitieran un poco de la cultura colombiana durante los partidos y las celebraciones. En esta ocasión, PROCOLOMBIA usó a los colombianos como canal para llegarle a los extranjeros, que también estaban en este certamen.

**Paris Plage** - En julio de 2017, en el marco del año Colombia - Francia, el eje de Marca País realizó una activación en Paris (Francia) durante cinco (5) días en la que los ciudadanos parisinos y extranjeros visitantes, tuvieron la oportunidad de descubrir la cultura colombiana desde el baile y la música; probaron un poco de nuestra gastronomía, se sorprendieron con el talento Colombiano a través de la literatura y shows artísticos; planearon sus próximas vacaciones al país y se relajaron al lado del río Sena con el montaje de una de nuestras playas colombianas. En esta actividad, los productos colombianos que se exportan a Francia y otros países de Europa, también fueron protagonistas, mediante una exhibición de los productos, donde los visitantes podían conocer esa oferta exportable y así empezar a demandarlos en su país.

#### **OBJETIVO GENERAL DE LAS EXPERIENCIAS COLOMBIA**

Desarrollo de actividades para que los extranjeros (público final y profesional) descubran mediante experiencias lo que se puede vivir en Colombia, su variedad y calidad de productos, convirtiéndolo en oportunidades de negocio para nuestros empresarios colombianos.

#### **PÚBLICO OBJETIVO DE LAS ACTIVIDADES DE PROCOLOMBIA**

PROCOLOMBIA tiene como publico objetivo de sus actividades, a las siguientes personas:

1. Empresarios internacionales (compradores / mayoristas) relacionados con la industria del turismo, exportaciones e inversión
2. Empresarios nacionales relacionados con la industria del turismo, exportaciones e inversión

#### **ENTREGABLE PARA EL CASO CONCRETO**

El PROPONENTE deberá contemplar para la sustentación del caso, lo siguiente:

- Objetivo de la actividad;
- Impacto de la actividad;
- Retorno y/o beneficios para Procolombia con la actividad;
- Renders de la escenografía y montaje: Ambientación de los espacios;
- Presupuesto de caso presentado;
- Activaciones que se realizarían enfocadas para público internacional asistente a la actividad;
- Metodología de Recolección de datos a los asistentes;
- Promoción previa y durante la actividad de promoción;
- Actividades para degustación de productos;
- Descubrimiento de destinos y actividades;





**PROCOLOMBIA**

EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

- Acciones de transacción (medir el retorno de inversión de acuerdo a los objetivos de cada uno de los ejes. No solo Awareness)

### RESULTADOS ESPERADOS

- Levantamiento de base de datos
- Free press
- Participación de empresarios y cierre de negocios.
- Tráfico de participantes a la activación (stand)

### RETOS

1. Reinventar los formatos de promoción que PROCOLOMBIA viene utilizando y proponer uno nuevo o evolucionado, según las nuevas tecnologías y tendencias del mundo
2. Que incluya un componente digital innovador y pionero cuyo objetivo aporte en los objetivos comerciales y que genere conversión.
3. Que sea una idea tan modular que se pueda adaptar según mercados, tiempos y presupuestos.
4. Que responda a las metas y necesidades de los ejes.
5. Definir ¿Cuál es la estrategia para asegurar la inscripción y participación de extranjeros por encima de colombianos a nuestras actividades? Sobre todo, para público final.
6. ¿Cómo hacer que la participación de los empresarios colombianos sea exitosa y logren sus objetivos de negocios?
7. ¿Cuál es la estrategia de divulgación y promoción de la actividad?
8. Que genere tanta expectativa que la gente quieran conocer ingresar y genere ruido voz a voz, comunicación orgánica en redes y free press.
9. ¿Cuál es la estrategia de comunicación de resultados de la actividad?
10. Lograr ser tan atractivos que podamos comercializar la participación en nuestra actividad y ¿Qué propuestas de comercialización vendrían asociadas a la actividad para autofinanciarse y posiblemente generar recursos?
11. Actividad inmersiva tecnológica, con resultados medibles.
12. Cómo aprovechar los canales digitales que nuestro pública ya utiliza, redes sociales, etc.
13. Que el resultado final aparte de negocios sea un cambio en la percepción que puedan tener en esos mercados sobre el país
14. Diseñar una propuesta conceptual creativa para el desarrollo del branding, arquitectura efímera, experiencias de usuario, piezas de promoción y comunicación, que se puedan incluir todos los ejes con coherencia.
15. ¿Cómo con las actividades propuestas se pueden incentivar las exportaciones, la inversión extranjera en Colombia, el turismo y el posicionamiento de Marca País?
16. Generar acciones y medir resultados posteriores a la actividad de promoción. Sostenimiento de los logros.
17. ¿Cómo va a capitalizar esta actividad para que se convierta en una oportunidad de cierre de negocios?
18. ¿Cómo puede ser un ejemplo de aprovechamiento y promoción de economía naranja?





**PROCOLOMBIA**

EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

19. Actualmente la mayoría de los negocios se cierran como expectativa, ¿Cómo hacer para incentivar a los empresarios internacionales a que cierren
20. Lograr aumentar el turismo, las exportaciones y la inversión extranjera.
21. Seguimiento y acciones para el aprovechamiento de la actividad después de que finalice
22. Proponer una forma de lograr medir el awareness generado en la actividad.

## CONSIDERACIONES FINALES

1. Tenga en cuenta que una de las directrices del actual gobierno es austeridad en todas las acciones;
2. Tenga en cuenta que la propuesta solicita un replanteamiento y una evolución del formato que puede ser aplicable en cualquier actividad de promoción de PROCOLOMBIA en el mundo para cualquiera de los ejes (Turismo, Exportaciones e Inversión).
3. Proponga actividades que por presupuesto sean ejecutables a corto plazo.
4. Tenga en cuenta que la actividad debe ser en pro de la buena imagen del país (nada relacionado con narcotráfico, turismo sexual, o etc.).
5. Promueva la economía naranja a través de las acciones propuestas, incentivando las industrias culturales y creativas.
6. Integre el trabajo en conjunto con las regiones