



**PROCOLOMBIA**  
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

## **CASO HIPOTÉTICO AGENCIA DIGITAL + MEDIOS 2019 - 2020** **PROMOCIONANDO COLOMBIA COMO UNA POTENCIA DE LA ECONOMÍA NARANJA**

### **Antecedentes**

El presidente Iván Duque es un abanderado de la Economía Naranja. “Este modelo económico, que **también es conocido como ‘Economía creativa’**, y que está basado “en la generación de riqueza a través del ‘talento, la conectividad y la herencia cultural’ de las regiones<sup>2</sup>, es “el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual.

El universo naranja está compuesto por: i) La Economía Cultural y las Industrias Creativas, en cuya intersección se encuentran las Industrias Culturales Convencionales; y ii) las áreas de soporte para la creatividad”<sup>3</sup>.

PROCOLOMBIA tiene como objeto misional la promoción de las exportaciones no minero energéticas, la inversión extranjera directa, el turismo internacional y la marca país. Para cumplir con su misión, ProColombia trabaja priorizando, además del turismo, cinco cadenas productivas de exportaciones: Agroalimentos, Metalmecánica, Industrias 4.0, Sistema Moda, y Químicos y Ciencias de la Vida.

### **Objetivo**

En su estrategia de promoción, ProColombia ha dado prioridad a las cadenas productivas más tradicionales de la economía como Agroalimentos (café, frutas, flores...) y metalmecánica.

Teniendo en cuenta el objeto misional de ProColombia y el foco del nuevo gobierno en la Economía Naranja, ProColombia quiere darle prioridad a la promoción internacional de cadenas productivas y sectores que permitan posicionar a Colombia como una potencia de la Economía Cultural y las Industrias Creativas. Estas incluyen:

- Artes y Patrimonio: Artes visuales, Artes escénicas y espectáculos, Turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, y Educación artística y cultural.
- Industrias Culturales Convencionales: Editorial, Audiovisual y Fonográfica.

---

<sup>1</sup> El Tiempo (2018): ¿Qué es la economía naranja de la que habla Iván Duque?, consultado el 27 de septiembre de 2018. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/que-es-la-economia-naranja-que-promueve-ivan-duque-253254>

<sup>2</sup> Ibidem.

<sup>3</sup> BUITRAGO, Felipe y DUQUE, Iván. La Economía Naranja, una oportunidad infinita. BID, Aguilar. Washington. 2013. P. 40.



**PROCOLOMBIA**

EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

- Creaciones Funcionales, Nuevos Medios y Software: Diseño, Software de contenidos, Agencias de noticias y otros servicios de información, Publicidad y Moda.

### **Público objetivo**

Basado en el análisis de data, proponer a ProColombia los mercados y las audiencias a las que debe llegar el mensaje.

### **Cual es el mensaje que queremos transmitir**

La riqueza cultural, la biodiversidad, la preparación de su gente y el compromiso con el que realizan su trabajo, convierten a Colombia en un destino turístico de talla mundial, en un proveedor de bienes y servicios de alta calidad y con valor agregado, y en el destino ideal para realizar una inversión.

### **Resultado**

Posicionar a Colombia como una potencia de la Economía Naranja, con el fin de que compradores internacionales consideren a Colombia como el mejor proveedor de bienes y servicios relacionados con los sectores de la Economía Naranja, que inversionistas extranjeros decidan invertir en Colombia, y que turistas internacionales consideren a Colombia como el destino turístico para su próximo viaje.

### **Actividades a realizar**

Desarrollar una estrategia digital que posicione a Colombia como potencia de la Economía Naranja. Esta estrategia debe determinar cuáles son los sectores de la economía Naranja más relevantes y/o con mayor potencial; tener en cuenta cuáles son los mercados prioritarios; definir las audiencias a las que se pretende impactar; definir el mensaje para cada una de esas audiencias; seleccionar los medios más pertinentes para la comunicación de la estrategia; desarrollar el mensaje para cada una de las etapas del funnel de conversión; desarrollar los entregables y/o repositorios en los que vivirá(n) el (los) mensaje(s) y determinar los KPIs con los que se medirán el impacto y los resultados de esta estrategia.

### **Piezas a desarrollar**

Estrategia digital 360° que abarque todas las herramientas y plataformas que se considere que aportan valor para las distintas audiencias y que potencien el mensaje.

### **Puntos de contacto**

Queda a criterio del proponente definir y seleccionar los medios, mercados y audiencias para llevar a cabo esta estrategia. En la evaluación del caso hipotético se tendrá en cuenta el pensamiento que hay detrás de la selección de estas tres variantes.



**PROCOLOMBIA**

EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

### Aspectos a tener en cuenta

- Es importante demostrar cómo la estrategia propuesta se articula con otras activaciones de promoción que realiza ProColombia como macrorruedas, presencia en ferias internacionales, misiones de compradores, misiones exploratorias, etc.
- En la evaluación del caso hipotético se tendrá en cuenta el uso de herramientas tecnológicas y metodologías tanto en la planificación como en el desarrollo, la medición y el seguimiento de la estrategia planteada.

### ANEXOS

- I. Objetivos y servicios de los ejes de negocio de ProColombia
- II. BUITRAGO, Felipe y DUQUE, Iván. La Economía Naranja, una oportunidad infinita. BID, Aguilar. Washington. 2013. (<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-Econom%C3%ADa-Naranja-Una-oportunidad-infinita.pdf>)