



Asunto: BRIEF PARA LA PRESENTACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DENTRO DE LA INVITACIÓN PÚBLICA PARA PRESTAR MEDIANTE UN CONTRATO DE MANDATO, LOS SERVICIOS COMO AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA DISEÑAR ESTRATEGIAS, CONCEPTOS CREATIVOS, PIEZAS Y CAMPAÑAS PUBLICITARIAS JUNTO CON LA PAUTA, EL MONITOREO Y OPTIMIZACIÓN NECESARIAS PARA DIVULGAR Y PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ.

BRIEF

Cliente: Cámara de Comercio de Bogotá.

Fecha de Inicio: 10 de marzo de 2019

Fecha de Finalización: 03 de abril de 2020 (Termina con la presentación del Plan Estratégico) El plan estratégico deberá ser presentado por la agencia proponente ante el comité evaluador.

Línea de Acción y Responsable: Gerencia de Asuntos Corporativos / Publicidad

Responsable Cliente: Gloria Imelda Irias Alvarenga

Correo de la Persona Encargada: gloria.irias@ccb.org.co

Responsable Agencia: Ejecutivo de cuenta designado por la agencia proponente en la oferta.

Campaña: INNOVALAB – Centro de Diseño e Innovación de la Cámara de Comercio de Bogotá

Presupuesto: \$ 200.000.000 millones de pesos colombianos IVA incluido.

Incluye producción creativa (comercial, fotografías, si fuese necesario), BTL y plan de medios. Todo lo propuesto en la presentación debe estar valorizado en la propuesta.

Requerimiento: Estrategia de marca y difusión 360 que incluya todos los canales.

Canal de Comunicación: Vía correo electrónico, vía telefónica. Línea de Respuesta Inmediata: 5941000 o 3830300, ext: 2608

Descripción General de la Cámara de Comercio de Bogotá:

La Cámara de Comercio de Bogotá, es una entidad privada sin ánimo de lucro que busca construir una Bogotá Región sostenible a largo plazo, promoviendo el aumento de la prosperidad de sus habitantes, a partir de servicios que apoyen las capacidades empresariales y que mejoren el entorno para los negocios con incidencia en la política pública.

Siendo austeros en las promesas, pero extravagantes, exagerados y espléndidos en los resultados, queremos cumplir a cabalidad nuestro propósito superior: **“Servimos de manera colectiva para que existan más y mejores empresarios y empresas, logrando así una sociedad más próspera y equitativa en Bogotá y la Región.”**



La equidad entre empresarios es un tema que nos preocupa, por eso estamos empeñados en promover la idea de que el empresario y la empresaria son los mayores generadores de equidad en nuestro país; con el pago de impuestos, pensiones, salud, entre otros.

Las micro y pequeñas empresas como los comerciantes, peluquerías, ferreterías, pizzerías, entre otras, representan el 97% de las empresas de nuestra ciudad - Región, es decir son los generadores de mayor empleo. **Nuestros servicios están enfocados en servirles a ellos(as)** para mejorar y generar más recursos.

Nuestro enfoque estratégico está 97% volcado a la micro y pequeña empresa frente a la que reivindicaremos con hechos la función social del empresario, a quienes acompañamos en las etapas de desarrollo de sus empresas, con un portafolio de servicios hecho a su medida.

Sobre INNOVALAB

El Centro de Innovación y Diseño Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá es un espacio creado en beneficio de emprendedores, empresarios y empresarias de Bogotá y la Región. Que busca acelerar la ejecución de proyectos de innovación y sofisticar el portafolio de productos y servicios de las empresas de Bogotá - Región; en este sentido en INNOVALAB buscamos que el participante pueda generar prospectiva e inspiración, Conexión con otros actores del ecosistema y sistematizar la innovación en su día a día.

Nace porque en términos de desarrollo empresarial, el diseño y la innovación son los grandes jalonadores de la competitividad de las empresas, que les permite diferenciarse para ser más competitivas. Lo anterior significa que las empresas que toman los servicios de INNOVALAB son más productivas, venden más y tienen más capacidad de crecer y conquistar nuevos mercados.

Historia y antecedentes de INNOVALAB

Desde el año 2008 la Cámara de Comercio de Bogotá hizo una apuesta muy importante de trabajar por la innovación con servicios exclusivos para nuestros empresarios. Entendimos que la innovación empresarial tiene que ser un proceso sistémico y sistemático en las organizaciones:

Es decir, que no basta creer que se es innovador, que se tienen herramientas del mundo de la innovación, lanzar un nuevo producto, mejorar los procesos internos; la innovación tiene que ser una cultura en las organizaciones, tiene que ser un proceso que se logre desarrollar y que ese desarrollo sea permanente, que parta de la estrategia empresarial.

La innovación debe ser constante, captando ideas de clientes, de proveedores, de colaboradores, del mercado, para hacer crecer esas empresas.

Con esa mentalidad en el año 2011 la CCB lanzó el Sistema de Gestión de la Innovación en alianza con ICONTEC que se otorga a las empresas que han implementado el sistema y que cumplan al menos con un 76 % del referente creado por ambas instituciones, basado en la Norma NTC 5801:2018 “Gestión de la investigación, desarrollo e innovación”.

En el año 2013 surgió la idea de complementar ese portafolio de innovación y la importancia del diseño: el diseño en experiencia de cliente, en empaques y etiquetado, en desarrollo y el diseño como un elemento transversal a los temas de competitividad.

Por lo anterior se realizaron diferentes estudios con referenciamiento internacional y se observaron centros de innovación y diseño en todo el mundo, privados y públicos, tanto nacionales como internacionales. Se realizaron estudios de los 20 centros de innovación y diseño más importantes a nivel mundial de los que se tomaron elementos que se requerían y se aplicaron a la realidad de nuestras empresas. Se realizaron talleres, procesos de construcción con entidades del ecosistema, con aceleradoras, con universidades y con consultores que daban asesorías sobre innovación y diseño. Allí encontramos el espacio para construir nuestro Centro de Innovación y Diseño Empresarial – INNOVALAB –, al final, un centro creado por muchas manos que nos permitieron conocer la demanda de este nuevo servicio.

INNOVALAB se convierte en una apuesta física y virtual, en donde las personas pueden recibir el servicio en tres grandes servicios:

1. **Generar prospectiva e Inspiración en las empresas y en los emprendimientos.**

Una de las grandes barreras que deben enfrentar los empresarios es entender ¿qué es la innovación? Sobre lo cual la CCB busca herramientas y casos prácticos, para demostrar que no es algo etéreo, que la innovación es “algo” que pueden utilizar ya, para solucionar los retos que están viviendo en sus empresas.

En - *inspiración* - la entidad cuenta con diferentes formatos: primero, eventos que denominamos **Degustación de la Innovación** donde expertos comparten herramientas y ejercicios del mundo de la innovación y el emprendimiento. Segundo, la CCB cuenta con un **Boletín de Tendencias** donde se socializan las nuevas tendencias y el impacto que están teniendo en la industria. Tres, INNOVALAB tiene un espacio denominado **Showroom de Tecnologías**, que es un espacio diferente a los Showroom de tecnologías usuales en donde se exhiben tecnologías de inteligencia artificial, realidad aumentada, Internet de las cosas, entre otros. En cambio, en nuestro espacio mostramos casos de problemáticas empresariales en los que emprendedores y empresarios colombianos solucionaron sus retos de negocio a través de la tecnología. Este espacio nos ha permitido crear las visitas de inmersión tecnológica, *un espacio en el que los*

emprendedores se sientan a pensar en los problemas de producción que tienen, escuchan las soluciones que otros han tenido gracias a la tecnología de las cosas, viviéndolo de manera experiencial dentro del Showroom. Luego se hace una lluvia de ideas para empezar a hacer realidad posteriormente estas ideas. (J. Castaño, entrevista)

Casos de éxito:

Carrefour:

<https://drive.google.com/open?id=12Nrt6wFczuD7Pbxr86E1ovAebFReYaKF>

Chat Bot Andrea:

https://drive.google.com/open?id=1_2zBGnOPmGtsdERQssRCnUM_BP4joVpO

Ingco:

https://drive.google.com/open?id=1KmTYAnkC5a_wel1tmEcMeUW0AqsYmmlI

Metro de Medellín:

<https://drive.google.com/open?id=1psrCiPm1LJs08gAp0YoKeuxbPxRTNIOR>

Progresus:

https://drive.google.com/open?id=11MX0Y_cljbSCpA_4MLG62Yf5fIPtm0Bm

Robótika:

https://drive.google.com/open?id=1zxWMnfSuLWHjXG_7WvXYWHabC0fN5gSI

Viewy:

https://drive.google.com/open?id=1x2FRCzC3yOu4sg_NM3RaTPKKjiZi_wQD

Xertica:

https://drive.google.com/open?id=1KNn6jT_6niCCle422vJQV3rgy6endtSI

2. **Acelerar y conectar (capacidades)** en las empresas y su talento, para lo cual prestamos servicios de formación, asesoría y aceleración. Con el fin de volver la innovación un proceso o elemento diferencial en sus estrategias competitivas. *“Muchas veces ocurre que algunos empresarios que se inspiran quieren hacer algo en innovación y se pierden porque no saben quién los puede ayudar. No saben dimensionar los proyectos que quieren adelantar, porque no conocen o no saben cómo implementar esas herramientas. Esto se convierte en un detonante que le hace caer en un proceso de desesperación y de pérdida de interés. Entonces con todos estos servicios la CCB rodea a ese empresario para que él sepa cómo utilizar en la práctica esas herramientas para mejorar sus empresas.” (J. Castaño, entrevista).* Igualmente contamos con espacios de conexión entre emprendedores, empresas y entidades del gobierno con instrumentos de apoyo al emprendimiento. El último jueves de cada mes nos reunimos en los Mixers de Innovación, un espacio de socialización y conexión a través de un after office para fortalecer el relacionamiento de la comunidad que se construye en INNOVALAB.
3. Tercer bloque: proceso **sistémico y sistemático**, que consiste en volver la innovación un proceso recurrente dentro de las empresas. Para ello creamos el sello de buenas prácticas de innovación que se explica más adelante.

Los tres grandes objetivos del negocio: inspiración, aceleración y procesos de Innovación sistémico y sistemático con una serie de servicios atados a cada uno de esos tres grandes objetivos.

Los servicios específicos de INNOVALAB son:



Revisar más información sobre cada uno en: <https://www.ccb.org.co/Innovalab>

“Es así como el emprendedor puede encontrar la posibilidad de inspirarse, de acceder a una oferta de servicios para desarrollar esas capacidades de creación e innovación y la posibilidad de conectarse con el ecosistema. La CCB sabe que un innovador no puede hacerlo solo, por ello trabaja con diferentes aliados, que hacen desarrollos y que desde empresas grandes tienen unos retos que quieren solucionar.”

En la casa de INNOVALAB se encuentran aliados como: Incubadora de la universidad el CESA, una parte del laboratorio digital de Ecopetrol, Oficina de gestión de comunidades de desarrolladores digitales de Facebook, Representantes de instituciones de Gobierno Nacional con instrumentos para el emprendimiento como Innpulsa Colombia, Apps. Co. Mincit, Connect Bogotá (emprendimiento regional), entre otros. (generando un ecosistema para nuestros emprendedores)

Cámara de Comercio de Bogotá y Cemprende trabajando unidas por la Innovación.

Teniendo en cuenta la necesidad de articularnos con el ecosistema para que las empresas crezcan de manera conjunta, el Centro de Innovación y Diseño con los servicios ya

diseñados escuchó la propuesta del Gobierno Nacional que a través de Impulsa nos invitó consolidar el ecosistema de emprendimiento e innovación.

Para ello la CCB fue el primero en levantar la mano y poner a disposición el espacio físico para construir el primer Cemprende del país, compartir y abrir las puertas a otros actores del ecosistema como los mencionados anteriormente.

“INNOVALAB no es todo Cemprende, Innovalab no es solo un pedazo de Cemprende, INNOVALAB es un aliado de Cemprende y cuenta con servicios propios e independientes.”

Barreras de la innovación

Una de las primeras barreras es que los emprendedores, empresarios y empresarias no están construyendo propuestas de valor (Productos y servicios) diferenciadas, con un mayor de sofisticación que les permita competir a nivel global. Esto debido a que el nivel de vigilancia tecnológica es muy bajo y los ejercicios de inspiración son de baja calidad, lo que hace que la chispa de la innovación no sea poderosa y el que la tiene, se pierde en el proceso. *“Las grandes empresas salen y contratan a un consultor, pero eso no soluciona sus necesidades de innovación. Deben generar capacidades al interior de sus compañías, necesitan aliarse con otros.”*

Otra barrera que deben enfrentar es no tener continuidad en sus procesos de innovación, para ello la CCB por medio de INNOVALAB les ayuda a lograrlo

Foco de la comunicación

Apuesta Global

Dado lo anterior, INNOVALAB es la punta del Iceberg de un objetivo muy importante para la CCB: **Cómo logramos tener cada vez más emprendimientos y más empresas que denominamos “sofisticados”, es decir, emprendedores, empresarios y empresarias que generen más valor, que sean cada vez más competitivos y que tengan una posibilidad casi que infinita de crecer.**

Apuesta interna

La Innovación es una apuesta de la Cámara, está en el corazón de esta entidad, la cámara tiene servicios y un espacio físico que abre sus puertas y se conecta con actores del ecosistema para lograr que las empresas crezcan.

Apuesta específica

Que todos los emprendedores, empresarios y empresarias de Bogotá conozcan INNOVALAB y que sus puertas están abiertas para acompañarlos. Que todas las empresas que estén pensando en innovación, en transformación digital, en incorporar herramientas que les permita crecer busquen a la CCB.

Meta 2020

El año pasado aceleramos más de 90 proyectos de innovación , pero para este año tenemos una meta muy ambiciosa, pues queremos acelerar 200 emprendimientos.

Estos emprendimientos se lograrán por medio de:

Proyectos de primer nivel enfocados en mujeres

Alianzas con Singularity University

Alianzas con la aceleradora Torre Negra.

Alianza con Ventures Colombia.

Todo esto enmarcado en el propósito de darle un verdadero y contundente impulso a la generación de dinámicas de crecimiento en Bogotá y la Región.

Adicional a esta meta de aceleración tenemos dos temas importantes adicionales:

1.- Acompañar procesos de innovación en las compañías para lo cual estamos haciendo temas de prototipado con compañías que suman 200 proyectos de innovación.

2.- Lograr certificar a 50 empresas en BPI (Buenas Prácticas de innovación).

Tono de la comunicación

Deber ser un tono 100% emprendedor: cercano, dinámico, fresco (emprendedor no significa joven, significa que el empresario quiere emprender). no hablando desde la CCB y qué hace la CCB, sino desde esos empresarios y emprendedores.

Emprender es un tema de mentalidad, de sentirse responsable por solucionar ciertos retos a través de temas de emprendimiento. Cómo un individuo se aproxima a solucionar un problema en un segmento del mercado que no está siendo atendido, a través de una iniciativa privada.

Presupuesto

200 millones de pesos colombianos, en los que deben incluir todas las propuestas creativas que se generen y los costos que éstas impliquen, además del plan de medios propuesto.

Teniendo en cuenta la premisa de austeridad como visión de negocio; analizar cómo cada emprendedor, empresario y empresaria que recibe nuestros servicios es un posible

generador de contenido. Que desde su experiencia inspire a otros en este camino, es decir que sean multiplicadores de nuestros servicios (comunicación aspiracional).

Lo anterior para hacer énfasis en que se trata más que de un presupuesto en la generación de contenido y como ese contenido vive en todo el ecosistema de comunicación de la CCB (página web, redes, pantallas internas y externas, entrevistas en medios). Es importante generar acciones que no necesariamente impliquen un presupuesto.

Objetivos de comunicación:

Objetivo General: Convocar masivamente a los emprendedores y empresarios para que implementen procesos de innovación de la mano de CCB y su programa INNOVALAB, visitando la casa.

Objetivos específicos de comunicación

- a. *Que más empresarios y emprendedores participen de las actividades que se generan en la Casa y que están divididas en los tres segmentos expuestos anteriormente: Inspiración, Generación de prospectiva (capacidades) y Proceso sistémico y sistemático.*
- b. *Proponer un nombre inspirador y que conecte a los emprendedores con el espacio de Showroom que hasta el momento estamos denominando: visitas de inmersión tecnológica. En general esperamos que los nombres de lo servicios actuales sigan una misma línea gráfica y ayuden a transmitir la esencia de cada uno (Degustaciones, Mixers, Innovatalks, Visitas de inmersión tecnológica) (Ver imagen en la página 5)*
- c. *BRANDING intervenir el espacio de INNOVALAB para que tenga presencia institucional tanto la oficina, como la terraza en donde se llevan a cabo los Mixer INNOVALAB, las asesorías, pitch de ventas, etc.*
- d. *Proponer material pop fuera de lo tradicional para el auditorio y los eventos que se desarrollan al interior de la casa.*

Objetivos de mercadeo:

- a. *Acelerar 200 emprendimientos y/o empresas aprovechando las alianzas con los actores del ecosistema.*
- b. *Lograr 15,000 asistentes a las actividades la casa a lo largo del año.*

Insight:

- *“Que la innovación se apodere de todos tus proyectos”*
- *“En INNOvalab tus ideas y proyectos toman forma”.*
- *“Déjate inspirar de los mejores y trabaja con ellos”.*
- *“Métele el acelerador a tus proyectos y deja que se haga realidad”.*

https://www.youtube.com/watch?v=K90Btly-4vo&feature=emb_title

Piezas a desarrollar:

Las que la agencia proponente estime necesarias para cumplir los objetivos de esta campaña.

Target:

Las agencias deben definir un Target conforme a sus herramientas de investigación.

Ciudadanos: de Bogotá y la Región. (59 municipios de la jurisdicción de la CCB). Debemos hablarle a emprendedores que hayan tomado la decisión de construir una empresa, al emprendedor que ya está facturando y quiere acelerar y crecer, y a las empresas consolidadas que quieren certificar sus procesos de innovación y a empresas que quieren apostarle al emprendimiento corporativo.

Logotipo: manejar el logotipo establecido por la CCB

Creatividad en medios: Entiéndase como la manera de innovar en medios gráficos, digitales y audiovisuales (formatos de pauta innovadores que se vean reflejados en el plan de medios propuesto por la central).

Plan de medios: Se tendrá en cuenta la versatilidad/formatos innovadores en medios vrs inversión, investigación previa y contextual, bonificados en medios, estudio del público objetivo (gustos e intereses basados en los estudios disponibles) y en la información adelantada por la CCB.

Otros alcances de la campaña: Se analizarán las propuestas de la agencia para medios internos de la CCB, ambientación de la casa, redes sociales (alcances orgánicos), etc. Todos los días están sucediendo cosas muy interesantes en nuestro espacio físico, es necesario crear una estrategia de divulgación en tiempo real.

Duración de la campaña:

Abierta a las propuestas presentadas.

Tiempos de presentación:

La presentación ante el comité evaluador se aconseja que sea de máximo 30 minutos exactos.

El plan de medios debe ser entregado el día de la presentación en un soporte electrónico para que sea evaluado por el equipo de la Gerencia de Asuntos Corporativos.



Enviar dos días antes de la presentación los recursos que se necesitan para la reunión (presentación, videos, ect.), junto con las indicaciones. Esto con el fin de tener listo para cada agencia proponente el espacio y los materiales que expondrán.