

Asunto:

CONVOCATORIA PÚBLICA PARA PRESTAR MEDIANTE UN CONTRATO DE MANDATO, LOS SERVICIOS COMO AGENCIA DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN DIGITAL ESPECIALISTA EN MARKETING DIGITAL 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. No. 3000000714.

BRIEF

Cliente: Cámara de Comercio de Bogotá.

Fecha de Inicio: 23 de febrero de 2021

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

Responsable Cliente: Gloria Imelda Irias Alvarenga

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

Campaña: Ruta de emprendimiento.

Presupuesto: \$ 53.000.000 millones de pesos colombianos IVA incluido y comisiones digitales incluidas.

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 al indicado en la invitación o 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.”**



Síguenos en:

www.ccb.org.co

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.

En conclusión, todas nuestras campañas deben estar orientadas a ese 97% de la población empresarial y emprendedores en Bogotá y la región.

Sobre Rutas de Emprendimiento

Somos conscientes de los retos que genera la situación actual para los empresarios y por eso, como parte del programa Juntos, desarrollamos iniciativas orientadas a continuar apoyando la creación de nuevos negocios que se mantengan y crezcan a pesar de las dificultades, acompañamos a emprendedores que estén dispuestos a aportar su talento en la solución de necesidades y, así mismo, al aprovechamiento de oportunidades que ofrece el mercado.

La CCB diseñó un programa para acompañar emprendedores a través de diversos servicios tales como talleres, asesorías y el acompañamiento de profesionales expertos que aportarán las mejores herramientas para lograr que ningún empresario se quede atrás.

Etapas del programa

1.- Convocatoria: Se realizarán 5 eventos de activación para incentivar la creación de empresas y el emprendimiento.

La primera convocatoria fue realizada por medio de un webinar al que asistieron 200 personas y se inscribieron 700.

Esta convocatoria se hace por medio de un formulario en sitio web CCB que se activa cada vez que es necesario, la convocatoria se realizará conforme al siguiente cronograma:



Síguenos en:

www.ccb.org.co



2.- 5 Cohortes de emprendedores: De cada convocatoria quedan inscritos un número determinado de emprendedores que comienzan la ruta de emprendimiento luego de revisar que cumplan con los requisitos establecidos.

Requisitos: Llenar el formulario que se abre cada vez que el cohorte inicia, ser parte de la jurisdicción de la CCB y el compromiso del emprendedor o emprendedora para terminar la ruta.

3.- Selección: Deben ser emprendedores con idea o sin idea de negocio de Bogotá - Región. Existen dos rutas una para negocios tradicionales y otra para negocios, innovadores.

4.- Acompañamiento: Del equipo de emprendimiento para identificar brechas, prioridades, retos, obstáculos y apoyarlos para que continúen avanzando hasta la creación y registro exitosos de sus empresas. Cada emprendedor debe participar en cada uno de los servicios de la ruta a la que sean inscritos.

Servicios para la ruta negocios tradicionales: Toda la oferta es virtual pero los servicios tienen duraciones distintas. Por ejemplo, los cursos virtuales se pueden hacer al ritmo deseado y en cualquier momento.

ESTRATEGIA EMPRESARAL

Entrénate para emprender

Curso Virtual: Explora ideas y oportunidades de negocios

Curso Virtual: Convierte tu idea en una oportunidad de mercadeo

Curso Virtual: Diseña y valida tu modelo de negocio

Coach grupal habilidades blandas y liderazgo

MERCADEO

Curso Virtual: marketing

Aprende a diseñar a diseñar una página web y a vender tu producto a través de redes sociales

Curso Virtual: Cómo vender por una página web

Curso Virtual: Página web, tienda virtual o Marketplace para definir la apertura de canal digital / Pasos para definir la apertura del canal digital

Curso Virtual: Redes sociales y aplicaciones en mercadeo

Analiza los resultados de tu página web y toma decisiones correctas

FINANCIERO

Curso Virtual: Entiende los fundamentos de la contabilidad y finanzas

Curso Virtual: Diseña tu plan económico y financiero

Curso Virtual: Herramientas digitales de gestión financiera

LEGAL Y TRÁMITES

Curso Virtual: Pasos para crear y formalizar su empresa

(Código Nacional de Policía y Convivencia,

(agrupa Tx, formas jurídicas y pasos)

(actualización)

Pasos para crear y registrar la empresa y formas jurídicas para la creación de empresas

Cápsula: Conoce los Aspectos Tributarios de tu negocio

Asesorías personalizadas:

Asesorías en marketing digital/digitales

Asesorías financieras

Asesorías empresariales

Asesorías para crear y registrar la empresa

Asesoría tributaria

Servicios de la Ruta Negocios Innovadores

ESTRATEGIA EMPRESARIAL

Conoce modelos de negocios disruptivos
Validación de la idea de negocio con design sprint
Curso Virtual: Diseña y valida tu modelo de negocio (se desarrolla para tradicionales y este sería el mismo)

MERCADEO

Curso Virtual Diseña una estrategia digital para tu empresa
Curso Virtual: Qué es Google Ads y como maximizar las herramientas para rankear mejor en el buscador
Curso Virtual: Marketing
Curso Virtual: Aprende a diseñar a diseñar una página web y a vender tu producto a través de redes sociales
Curso Virtual: Analiza los resultados de tu página web y toma decisiones correctas

FINANCIERO

Curso Virtual: Entiende los fundamentos de la contabilidad y finanzas
Curso Virtual: Como financiar tu plan de negocios
Curso Virtual: Cómo levantar capital y financiación en etapa temprana

LEGAL Y TRÁMITES

Curso Virtual: Pasos para crear y formalizar su empresa
(Código Nacional de Policía y Convivencia,
(agrupa Tx, formas jurídicas y pasos)
(actualización)
Pasos para crear y registrar la empresa y formas jurídicas para la creación de empresas
Cápsula Aspectos Tributarios de tu Negocio

ASESORIAS

Asesorías en marketing digital/digitales
Asesorías financieras y/o financiamiento
Asesorías empresariales
Asesorías para crear y registrar la empresa
Asesoría validación idea de negocio

Además, el área genera evento orientados a mentalidad y cultura con el fin de motivar el emprendimiento en la población e invitar a la ruta del emprendimiento. Estas son las fechas de los eventos:



**FECHAS
JORNADAS,
FERIA Y
GOFEST**

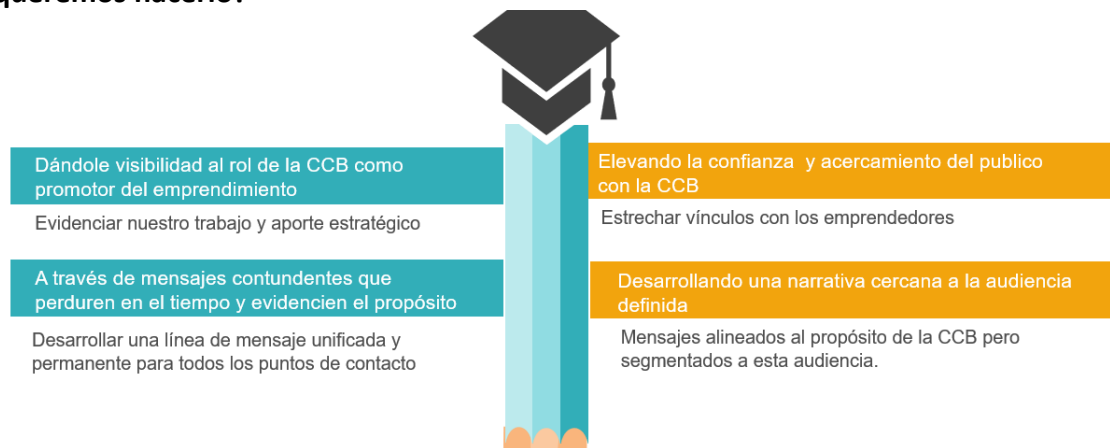
- EVENTO MASIVO 16 DE FEBRERO
- APERTURA CONVOCATORIA FERIA: 3 DE MARZO
- EVENTO MASIVO 9 DE MARZO
- EVENTO MASIVO 24 DE MARZO
- EVENTO MASIVO 30 DE MARZO
- EVENTO MASIVO 20 DE ABRIL
- EVENTO MASIVO 27 DE ABRIL
- EVENTO MASIVO 11 DE MAYO
- EVENTO MASIVO 30 DE JUNIO
- EVENTO MASIVO 27 DE JULIO
- CONVOCATORIA GOFEST 1 DE AGOSTO
- EVENTO MASIVO 24 DE AGOSTO
- EVENTO MASIVO 31 DE AGOSTO
- GOFEST 15, 16 Y 17 DE SEPTIEMBRE
- EVENTO MASIVO 28 DE SEPTIEMBRE
- EVENTO MASIVO 14 DE OCTUBRE
- EVENTO MASIVO 20 DE OCTUBRE
- EVENTO MASIVO 27 DE OCTUBRE
- EVENTO MASIVO 10 DE NOVIEMBRE
- EVENTO MASIVO 15 DE NOVIEMBRE
- EVENTO MASIVO 1 DE DICIEMBRE

El evento del Gofest tiene su propia imagen y desarrollo en medios de comunicación masiva por lo que no debe estar incluido en esta propuesta.

Retos de la comunicación

- Mostrar a los emprendedores que la CCB les ofrece todo el apoyo para que puedan comenzar a estructurar sus negocios desde cero.
- Desmitificar el imaginario que hay entre diversos sectores acerca del rol de la CCB en el proceso de creación de empresa.
- Adecuado seguimiento a los emprendedores que se postulan para evitar deserciones y lograr que registren la empresa al final del proceso – **fechas de inicio y cierre.**
- Posicionar a la CCB en el Top of mind de los emprendedores en Bogotá y LATAM.

¿Cómo queremos hacerlo?



Audiencias:

- **Hombres y mujeres en edad laboral que perdieron sus trabajos debido a la crisis por covid-19 y tengan la motivación de emprender para subsistir.**
- **Estudiantes universitarios que estén finalizando sus estudios**
- **Medios de comunicación que promuevan el emprendimiento**
- **Aliados del ecosistema de emprendimiento**

Tono de la comunicación

Deber ser un tono 100% emprendedor: cercano, dinámico, fresco (emprendedor no significa joven, significa que la persona quiere o necesita emprender), no hablando desde la CCB y qué hace la CCB directamente sino desde esos dolores/soluciones de nuestro público objetivo, sino desde la realidad de esos empresarios (que no son formales y no están registrados en la CCB) y emprendedores de alto impacto.

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

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

Teniendo en cuenta la premisa de austeridad como visión de negocio; analizar cómo cada emprendedor y emprendedora 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 esta estrategia 360 debe ser pensada no solo desde el presupuesto sino también desde la generación de contenido y como ese contenido vive en todo el ecosistema de comunicación de la CCB (página web, mail masivo, mensajes de textos, redes, filtros en redes sociales, boletines institucionales, pantallas internas y externas, entrevistas en medios, #, canales internos (Yammer, icámara (Intranet), boletín ADN), alianzas con medios de comunicación, apalancarse en días especiales (día mundial del emprendimiento), vídeos, aprovechar alianzas con el ecosistema del emprendimiento. Es importante generar acciones que no necesariamente impliquen un presupuesto y que permitan tener una estrategia completa con medios pagos, medios ganados, medios compartidos y medios propios, con una comunicación que sea sostenida durante todo el año.

Objetivos de comunicación:

Objetivo General: Posicionar a la Cámara de Comercio de Bogotá como el principal aliado de los emprendedores al momento de estructurar su idea de negocio y convertir a Bogotá – región en la ciudad del emprendimiento

Objetivos específicos de comunicación

- a. *Visibilizar el trabajo de la CCB con los emprendedores y resaltar su misión de convertir a Bogotá Región como la capital del emprendimiento.*
- b. *Dar a conocer las rutas y los eventos de mentalidad y cultura para que los potenciales emprendedores se inscriban, participen y culminen creando formalmente su empresa.*
- c. *Tener una divulgación permanente de las actividades y apuesta de la CCB en temas de emprendimiento para generar una conversación que permita posicionarnos como un aliado estratégico al momento de emprender.*
- d. *Posicionar a Bogotá como ciudad del emprendimiento de América Latina*

Objetivos de mercadeo:

Cupos: 450 emprendedores de negocios tradicionales y 50 de negocios innovadores.

Insight:

- *“Make things happen”*
- *“Que la innovación se apodere de todos tus proyectos”*
- *“Déjate inspirar de los mejores y trabaja con ellos”.*
- *“Métele el acelerador a tus proyectos y deja que se hagan realidad”.*

<https://www.ccb.org.co/Juntos-reactivando-la-actividad-empresarial/Ruta-del-emprendimiento>

<https://www.instagram.com/p/CLZsOsJd8b/>

Programa juntos: <https://www.ccb.org.co/Juntos-reactivando-la-actividad-empresarial>

Piezas a desarrollar:

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

Logotipo: Manejar el logotipo establecido por la CCB, revisar manual de marca adjunto

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. Queremos en este plan recibir una buena propuesta de marketing digital.

Otros alcances de la campaña: Se analizarán las propuestas de la agencia para medios internos de la CCB, redes sociales (alcances orgánicos), formatos diferenciadores.

Duración de la campaña:

Todo el año desde abril 2021

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, etc.), junto con las indicaciones. Esto con el fin de tener listo para cada agencia proponente el espacio y los materiales que expondrán.



Síguenos en:

www.ccb.org.co