

## BRIEF CASO PROMOCIÓN TURÍSTICA

Marca: Colombia es Realismo Mágico.

Producto o línea de negocio: Promoción turística de país

### 1. CONTEXTO.

¿Por qué estamos haciendo esto?

Teniendo en cuenta la desaceleración de la economía colombiana en los años anteriores debido a la caída del precio del petróleo y la variación del dólar, y de acuerdo con la política Gobierno actual la cual establece que se debe incentivar el sector turístico para que sean motores de la economía y que a finales del 2015 contribuía al 2,8% del PIB. Se debe

Esta estrategia debe incrementar el consumo de productos y servicios turísticos

### 2. OBJETIVOS.

Define el ¿hacia dónde vamos? ¿Dónde queremos estar al final de la campaña?

a) Objetivo de mercadeo.

- Incrementar el flujo de turistas en un 25% hasta finales de 2018. En el siguiente link [http://www.citur.gov.co/estadisticas/df\\_viajeros\\_ciudad\\_destino/all/2](http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_viajeros_ciudad_destino/all/2) y en general en la página [www.citur.gov.co](http://www.citur.gov.co) se encuentra toda la información estadística del sector.
- Dar a conocer a los interesados la página oficial de turismo [www.colombia.travel](http://www.colombia.travel) como herramienta clave para planificar el viaje y conocer como primer acercamiento el país, sus regiones y experiencias.

b) Objetivo de comunicación. Invitar a viajar a Colombia y por Colombia

### 3. TARGET.

Público en general

### 4. ACCION DESEADA.

Que las personas viajen a Colombia y por Colombia



5. DIMENSION.

Debe nacer digital para bajarse a offline.

6. MANDATORIOS. Logos Ministerio y Fontur.