

# MANEJO DE MARCAS PARA LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS



**PROCOLOMBIA**  
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS





# COACH Y MENTOR PARA EL DESARROLLO DE NEGOCIOS



RAÚL ALFONSO CAMACHO RODRIGUEZ

@ELCOACHRAUL

El Coach  
**RAÚL**





¿Para qué  
hacer de un país  
una marca?





**Para maximizar la  
competitividad  
en el ámbito  
internacional**





**Para usarla de  
paraguas de  
los productos  
exportados**



The nation brand hexagon 2000 Simon Anholt





The nation brand hexagon 2000 Simon Anholt





# La marca país Colombia







# MARCA PAÍS

# COLOMBIA

## UNA ESTRATEGIA DE COMPETITIVIDAD

Marca País Colombia busca **unificar los esfuerzos** del Gobierno Nacional, el sector privado y todos los colombianos por **promover y construir una imagen positiva y realista de nuestro país**. El verdadero propósito es compartir con el mundo nuestra determinación que permite comprender la alegría, pasión y dedicación que invierten diariamente los colombianos en **construir el país que soñamos, ideal para vivir y visitar**.





¿QUÉ SE PRETENDE?

**PERCEPCIÓN = REALIDAD**



**ORGULLO NACIONAL**



**PARA AUMENTAR**

EL GRADO DE CONOCIMIENTO



# ¿Cómo Funciona?



# ALIANZAS

2  
EJECUTIVO Y ENTIDADES  
ESTATALES

3  
GREMIOS, FEDERACIONES  
ASOCIACIONES

7  
LIDERES DE OPINIÓN

4  
MEDIOS TRADICIONALES  
Y DIGITALES

6  
REGIONES Y CIUDADES

5  
EMPRESAS Y SECTOR  
PRIVADO

UN MODELO  
PARA POTENCIAR  
ESFUERZOS



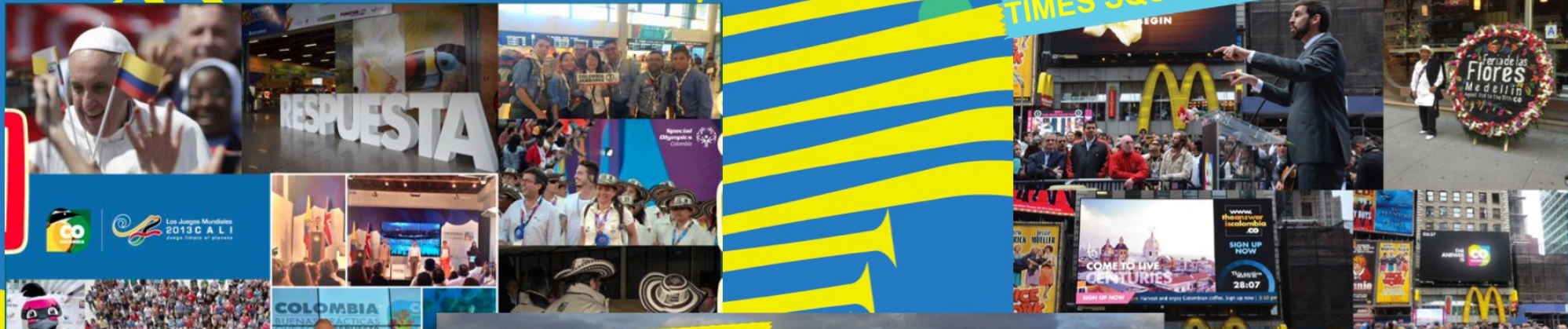
OFICINA MARCA PAÍS



## FERIAS



# EVENTOS PROPIOS Y EVENTOS DE TERCEROS



PLAYA COLOMBIA EN PARÍS



# DIGITAL: WEB Y REDES SOCIALES

Colombia.CO



COLOMBIA, EL PAÍS MÁS  
ACOGEDOR DEL MUNDO

DESCUBRE MÁS

COLOMBIA.CO

colombia.travel



ÜBERRASCHEN SIE SICH SELBST IN

# EVENTOS PROPIOS Y EVENTOS DE TERCEROS





# Beneficios de ser aliado de la Marca Colombia







# Respaldo de una gran campaña de gobierno

*Seriedad-Respaldo-Garantía*





# Aprovechar esfuerzos y recursos

*De este reconocimiento Global*



# Usar el logo en las campañas como respaldo



# Prestigio y posicionamiento de "Orgullo Nacional"





# Presencia en la Web de la Marca País

200.000 visitas al mes



# Acceso a la mayoría de nuestros recursos audiovisuales

The screenshot displays the COLOMBIA.co website interface. At the top, the navigation bar includes the logo and menu items: ESTA ES COLOMBIA, CULTURA, TURISMO, EXTRANJEROS, MARCA COLOMBIA, a search icon, and a language dropdown set to ES. The main content area features several featured articles:

- TALENTO:** "5 formas de revivir el legado de las obras de Gabriel García Márquez" (5 ways to relive the legacy of the works of Gabriel García Márquez).
- TALENTO:** "Conoce mujeres colombianas destacadas a lo largo de la historia" (Meet outstanding Colombian women throughout history).
- TURISMO:** "Adolfo Scheel Mayenberger, uno de los actores del turismo más importantes de Colombia" (Adolfo Scheel Mayenberger, one of the most important actors of tourism in Colombia).
- GASTRONOMÍA:** "Bebidas típicas de Colombia que son una tradición" (Typical drinks of Colombia that are a tradition).
- GEOGRAFÍA Y MEDIO AMBIENTE:** "Hierbas aromáticas que existen en Colombia" (Aromatic herbs that exist in Colombia).

A large banner on the right side of the page reads: "¡RECUERDA! LOS REQUISITOS PARA HACERSE AJADO DE MARCA PAÍS CAMBIARÁN ESTE 5 DE OCTUBRE" (Remember! The requirements for becoming a Brand Country member will change on October 5th). Below this banner is a navigation menu with the following items:

- PREGUNTAS FRECUENTES SOBRE COLOMBIA
- DESCARGAS
- CONTACTO
- MÚSICA
- FOTOS DE COLOMBIA





# Posibilidad de difusión en las Redes Sociales

F: 918.5K

I: 94.5 K

T: 314K

Y: 39.9 k





# Posibilidad de publicar artículos

*Basado en la temática de "Construir un País"*





**BENEFICIOS DE SER ALIADO DE MARCA COLOMBIA**

SIEMPRE CON LA  
FILOSOFÍA DE:

# **SUMAR ESFUERZOS**

**TRABAJO EN CONJUNTO**



**PROCOLOMBIA**  
EXPERIENCIAS TURISMO TRADICIÓN MARCA MIO





# Invitación a Eventos y actividades





# Hablemos sobre las Marcas



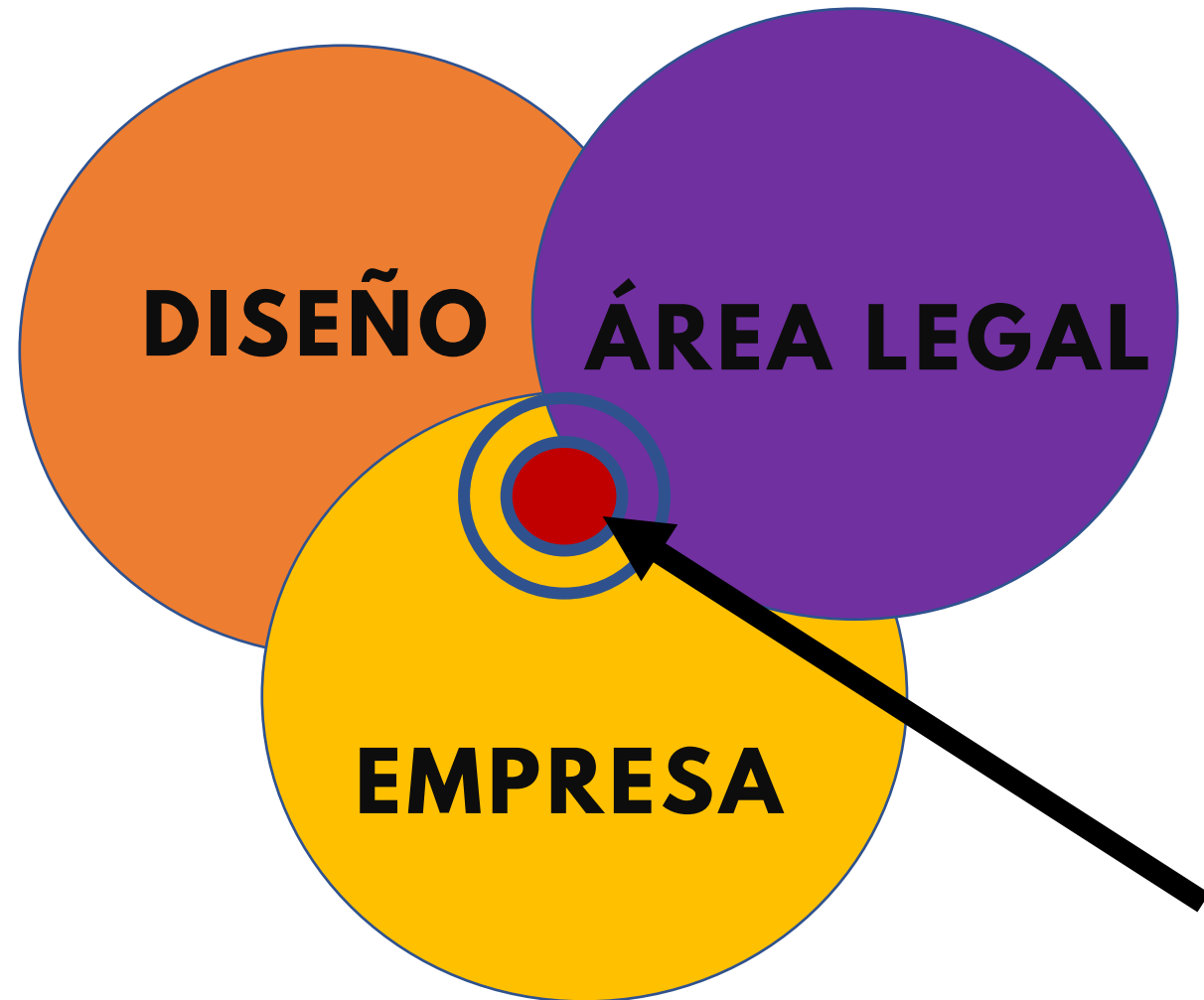


# LAS MARCAS EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS



# LA MARCA CIUDAD

# LA TRÍADA PERFECTA DE UNA MARCA

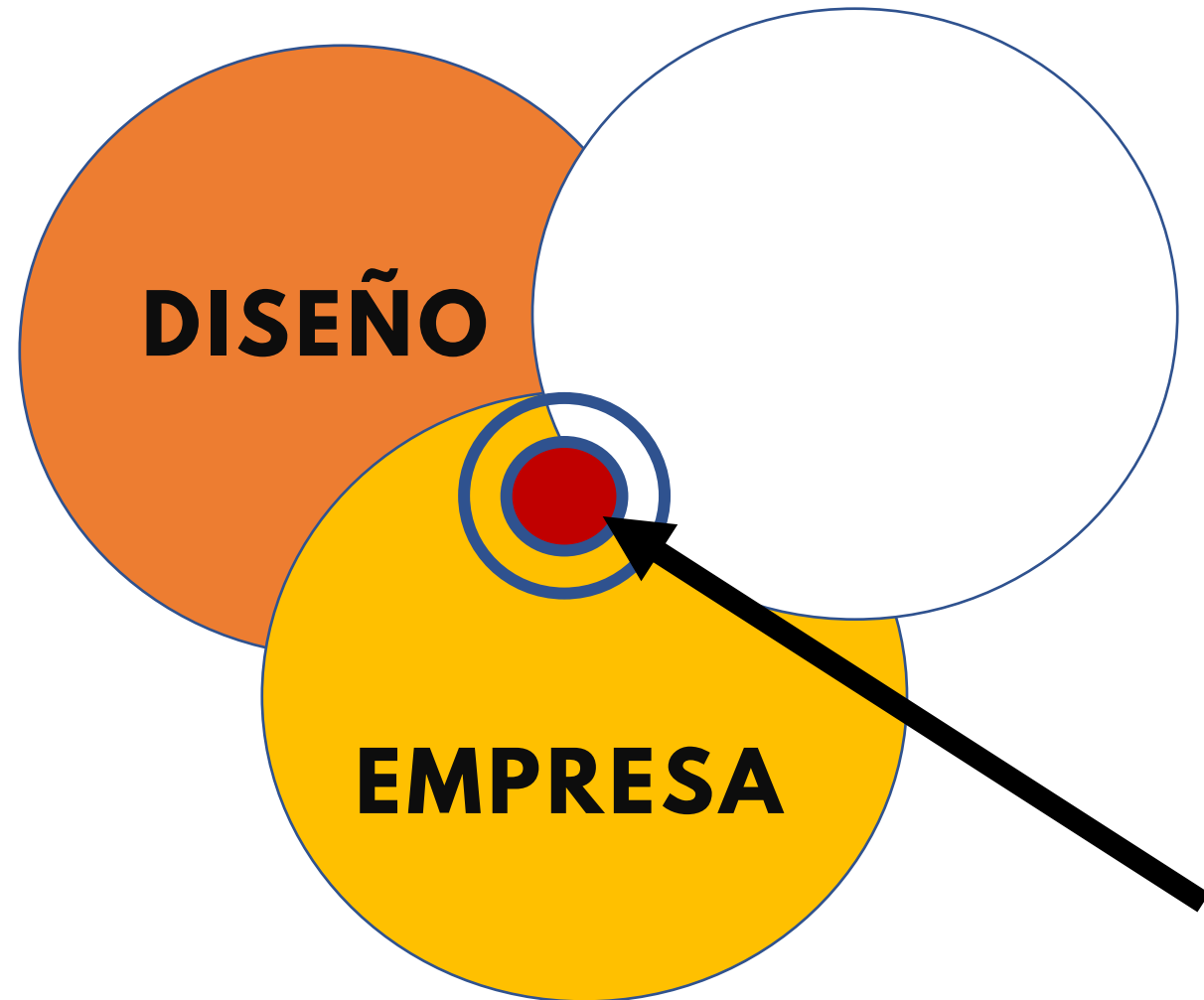




EL ERROR MÁS FRECUENTE ES

**No asesorarse Legalmente**

# LA TRÍADA PERFECTA DE UNA MARCA











# CONCLUSIÓN





**“No te enamores de tu  
marca sin recibir una  
asesoría jurídica**





# COACH Y MENTOR PARA EL DESARROLLO DE NEGOCIOS



RAÚL ALFONSO CAMACHO RODRIGUEZ

@ELCOACHRAUL

El Coach  
**RAÚL**



TAIKU PALDIES ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ TANAN благодаря  
SHUKRAN DANKE TERMA KASSIH DÍKY  
GRATIAS 감사합니 MATONDO MAAKE NANNI DIAKUIU  
HVALA THANK YOU MERCI MOCHCHAKKERAM DIOLCH  
TÄNAN YOU SPASIBO дякую FALEMINDERIT

# GRACIAS

תודה ASANTE CHOKRANE ESKERRAK MISAOTRA GRAZIE  
谢谢 OBRIGADO ARIGATO VINAKA  
SULPÁY SPASIBO  
DIOLCH ACIU DIOLCH WELALIN TAK KÖSZÖNÖM  
EKELE NGIYABONGA MATUR NUWUN KIITOS DZIĘKUJĘ