

ANEXO 2. BRIEFINGS PARA CASOS PRÁCTICOS.

Lote 1. Turismo

Briefing para el caso práctico de FITUR

El desarrollo de este caso práctico se centrará en FITUR, Feria Internacional del Turismo, un mes antes de su celebración y la propia celebración, planteando una propuesta libre de gestión, diseño de contenidos, propuestas de valor especiales, acciones concretas, etc., adaptados a los distintos canales objeto de este concurso, con creatividad, copys en castellano e inglés, al menos 3 acciones especiales que fomenten la captación de visitantes profesionales internacionales, difusión de los contenidos de la feria, expositores, patrocinadores, 1 acción que fortalezca la internacionalidad de la feria, etc., teniendo en cuenta los siguientes supuestos:

Datos generales de la feria:

- Fechas de celebración: del 21 al 26 de enero, de miércoles a domingo. Periodicidad anual.
- México será el Socio FITUR.
- SS.MM. Los Reyes inauguran FITUR.
- 10.500 empresas participantes (60% internacionales).
- 160 países representados
- Carácter mixto: profesionales y público general los dos últimos días de feria.
- Áreas de FITUR: 4all, Cruises, Know How & Export, Sports, TechY, Lingua, Screen, Woman, LGTB+, Talent y Observatorio FITUR Next.
- Crisis: el primer día de apertura al público (sábado 25 de enero), los tornos de acceso fallan y es imposible leer los pases de los visitantes hasta dos horas después de la apertura de la feria. Propuesta de actuación.

Fuentes de información:

- Expositores: [Catálogo de expositores | FITUR](#)
- Información sobre la feria y sus áreas: [Noticias y novedades | FITUR](#)
- ¿Qué es FITUR? [¿Qué es FITUR? Conoce cómo funciona la feria | FITUR](#)

Lote 2. Agroalimentación

Briefing para el caso práctico de FRUIT ATTRACTION

El desarrollo de este caso práctico se centrará en FRUIT ATTRACTION, Feria Internacional del Sector Hortofrutícola, un mes antes de su celebración y la propia celebración, planteando una propuesta libre de gestión, diseño de contenidos, propuestas de valor especiales, acciones concretas, etc., adaptados a los distintos canales objeto de este concurso, con creatividad, copys en castellano e inglés, al menos 3 acciones especiales que fomenten la comercialización de la feria y captación de visitantes profesionales, difusión de los contenidos de la feria, expositores, patrocinadores, etc., teniendo en cuenta los siguientes supuestos:

Datos generales de la feria:

- Fechas de celebración: del 30 de septiembre al 2 de octubre, de lunes a miércoles. Periodicidad anual.
- Coorganizado con [FEPEX](#)
- El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación inaugura la feria.
- Murcia Región Invitada.
- 2.201 empresas participantes (40% internacionales).
- 59 países representados.
- Carácter exclusivamente profesional.
- Áreas de FRUIT ATTRACTION: Fresh Produce, Innova & Tech, Fresh Food Logistics, Industria Auxiliar.
- Crisis: la Región Invitada reclama no tener presencia suficiente en las redes sociales de la feria, algo que se ha firmado por contrato con IFEMA MADRID. Propuesta de actuación.

Fuentes de información:

- Información sobre la feria y sus áreas: [Noticias y novedades de la feria | FRUIT ATTRACTION](#)
- ¿Qué es FRUIT ATTRACTION? [¿Qué es FRUIT ATTRACTION? Cómo funciona | FRUIT ATTRACTION](#)

Lote 3. Automoción y movilidad

Briefing para el caso práctico de GLOBAL MOBILITY CALL

El desarrollo de este caso práctico se centrará en GLOBAL MOBILITY CALL, Congreso+Expo Internacional sobre Movilidad Sostenible, un mes antes de su celebración y la propia celebración, planteando una propuesta libre de gestión, diseño de contenidos, propuestas de valor especiales, acciones concretas, etc., adaptados a los distintos canales objeto de este concurso, con creatividad, copys en castellano e inglés, al menos 2 acciones especiales que fomenten la comercialización del evento y captación de visitantes profesionales, difusión de los contenidos de la feria, expositores, patrocinadores, etc., teniendo en cuenta los siguientes supuestos:

Datos generales de la feria:

- Fechas de celebración: del 28 al 30 de octubre, de lunes a miércoles. Periodicidad anual.
- Coorganizado con [Smobhub](#).
- Dos áreas diferenciadas: congreso y exposición.
- El ministro de Transportes y Movilidad Sostenible y el alcalde de Madrid participan en la inauguración y clausura del congreso, respectivamente.
- Participación de más de 30 ponentes internacionales. Perfil profesional de directivo de multinacionales de los sectores de transporte, automoción, energía, electricidad, sostenibilidad, logística y construcción.
- Carácter: exclusivo profesional.

Fuentes de información:

- Información sobre el Congreso+Expo: [Noticias y novedades de la feria | GLOBAL MOBILITY CALL](#)
- ¿Qué es GLOBAL MOBILITY CALL? [¿Qué es GLOBAL MOBILITY CALL? | GLOBAL MOBILITY CALL](#)

Briefing para el caso práctico de MADRID CAR EXPERIENCE

El desarrollo de este caso práctico se centrará en MADRID CAR EXPERIENCE, Salón del Automóvil de Madrid, un mes antes de su celebración y la propia celebración, planteando una propuesta libre de gestión, diseño de contenidos, propuestas de valor especiales, acciones concretas, etc., adaptados a los distintos canales objeto de este concurso, con creatividad, copys, al menos 2 acciones especiales que fomenten la comercialización del evento y captación de visitantes (público general), difusión de los contenidos de la feria, expositores, patrocinadores, etc., teniendo en cuenta los siguientes supuestos:

Datos generales de la feria:

- Fechas de celebración: del 22 al 26 de mayo, de miércoles a domingo. Periodicidad bienal, en años pares.
- Participación de más 30 marcas de automóviles.
- Demostraciones, pruebas de vehículos, zona de ocio con conciertos y restauración.
- Apuesta por la electrificación y la nueva movilidad sostenible.
- Carácter: abierto al público general.
- Crisis: una semana antes de la celebración del Salón, se lleva a cabo un sorteo de 3 entradas dobles a través del canal de Instagram. Cinco de los participantes reclaman mayor transparencia en el sorteo, tras no haber sido agradecidos con el premio. Propuesta de acción.

Fuentes de información:

- Información sobre la feria: [Noticias y novedades de la feria | MADRID CAR EXPERIENCE](#)
- ¿Qué es MADRID CAR EXPERIENCE? [¿Qué es MADRID CAR EXPERIENCE? | MADRID CAR EXPERIENCE](#)

Lote 4. Construcción y electrificación

Briefing para el caso práctico de CONSTRUTEC

El desarrollo de este caso práctico se centrará en CONSTRUTEC, la Feria de Materiales, Soluciones y Sistemas para la Construcción, un mes antes de su celebración y la propia celebración, planteando una propuesta libre de gestión, diseño de contenidos, propuestas de valor especiales, acciones concretas, etc., adaptados a los distintos canales objeto de este concurso, con creatividad, copys en castellano e inglés, al menos 2 acciones especiales que fomenten la comercialización del evento y captación de visitantes profesionales, difusión de los contenidos de la feria, expositores, patrocinadores, etc., teniendo en cuenta los siguientes supuestos:

Datos generales de la feria:

- Fechas de celebración: del 11 al 13 de noviembre, de martes a jueves. Periodicidad bienal, en años pares.
- Celebración en el marco de la Semana Internacional de la Construcción, una propuesta global para todo el sector de la construcción, profesional e internacional, que incluye las ferias CONSTRUTEC, VETECO, PISCIMAD y SMART DOORS.
- Cerca de 200 expositores.
- México País Invitado.
- Carácter: exclusivo profesional.
- Crisis: una rotura de una tubería de agua durante el primer día de celebración de la feria provoca que haya que cerrar temporalmente parte de uno de los dos pabellones en los que se celebra CONSTRUTEC. Propuesta de actuación.

Fuentes de información:

- Información sobre la feria: [Noticias y novedades | CONSTRUTEC](#)
- ¿Qué es CONSTRUTEC? [¿Qué es CONSTRUTEC? Conoce cómo funciona la feria | CONSTRUTEC](#)

Briefing para el caso práctico de GENERA

El desarrollo de este caso práctico se centrará en GENERA, la Feria Internacional de Energía y Medioambiente, un mes antes de su celebración y la propia celebración, planteando una propuesta libre de gestión, diseño de contenidos, propuestas de valor especiales, acciones concretas, etc., adaptados a los distintos canales objeto de este concurso, con creatividad, copys en castellano e inglés, al menos 2 acciones especiales que fomenten la comercialización del evento y captación de visitantes profesionales,

difusión de los contenidos de la feria, expositores, patrocinadores, etc., teniendo en cuenta los siguientes supuestos:

Datos generales de la feria:

- Fechas de celebración: del 18 al 20 de noviembre, de martes a jueves. Periodicidad anual.
- Celebración en el marco de la Semana Internacional de la Electrificación, una propuesta global para todo el sector de la electrificación, profesional e internacional, que incluye las ferias GENERA y MATELEC.
- Apoyo del Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía, IDAE.
- Destaca la Galería de Innovación y Foro Genera.
- 500 expositores (15% internacionales).
- Carácter: exclusivo profesional.

Fuentes de información:

- Información sobre la feria: [Noticias y novedades | CONSTRUTEC](#)
- ¿Qué es CONSTRUTEC? [¿Qué es CONSTRUTEC? Conoce cómo funciona la feria | CONSTRUTEC](#)

Lote 5. Medio ambiente e industria

Briefing para el caso práctico de SICUR

El desarrollo de este caso práctico se centrará en SICUR, el Salón Internacional de la Seguridad, un mes antes de su celebración y la propia celebración, planteando una propuesta libre de gestión, diseño de contenidos, propuestas de valor especiales, acciones concretas, etc., adaptados a los distintos canales objeto de este concurso, con creatividad, copys en castellano e inglés, al menos 3 acciones especiales que fomenten la comercialización del evento y captación de visitantes profesionales, difusión de los contenidos de la feria, expositores, patrocinadores, etc., teniendo en cuenta los siguientes supuestos:

Datos generales de la feria:

- Fechas de celebración: del 24 al 27 de febrero, de lunes a jueves. Periodicidad bienal, en años pares.
- Sectores representados: Security, Ciberseguridad, Seguridad contra incendios y emergencias, Seguridad laboral.
- Destaca la Galería de Innovación.
- 600 expositores (9% internacionales).
- Carácter: exclusivo profesional.
- Crisis: el sistema de gestión de accesos de IFEMA MADRID sufre un hackeo, lo que impide leer con agilidad y rapidez los pases de los expositores y visitantes al acceder al Recinto Ferial por Puerta Sur. Es necesario derivar el flujo de personas por Puerta Norte para evitar aglomeraciones, y que el Salón pueda continuar con su actividad en lo que se resuelve la incidencia. Propuesta de actuación.

Fuentes de información:

- Información sobre la feria: [Noticias y novedades | SICUR](#)
- ¿Qué es SICUR? [¿Qué es SICUR? Conoce cómo funciona el salón | SICUR](#)