

PEREIRA



CDDC

Centro de Convenciones apoyado por MINCIT y ejecutado por FONTUR

 MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO

FONTUR 
COLOMBIA

 **TODOS POR UN
NUEVO PAÍS**
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

 **propaís**
20 años

Centro de convenciones Pereira





Ubicación Geográfica



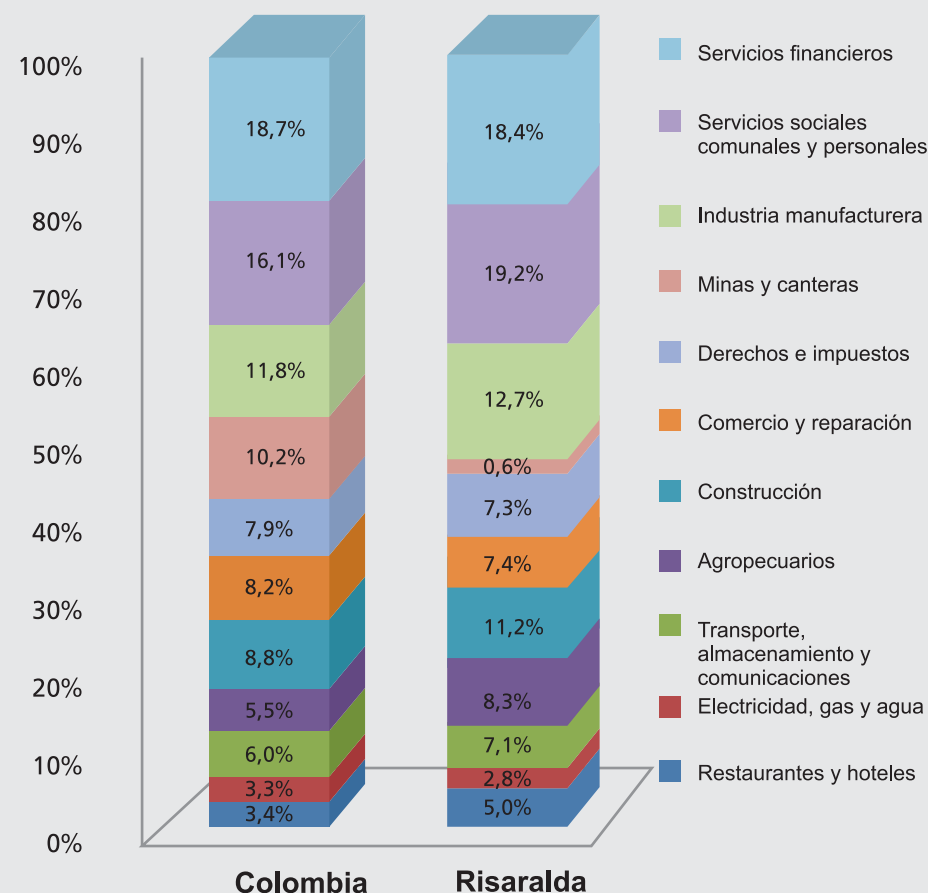
PIB

La actividad económica que más influye en PIB del departamento de Risaralda es la de servicios sociales, comunales y personales (19,2%), seguido de servicios financieros (18,4%). Y la actividad de menos participación es la de minas y canteras (0,6%).

COMERCIO EXTERIOR

En el Departamento de Risaralda las exportaciones ascendieron a US\$636,0 millones durante el año 2014 presentando una variación del 34,6% respecto al 2013; mientras que las exportaciones durante enero - mayo de 2015 fueron de US\$ 250,8 millones, el cual varió 0,9% respecto al mismo periodo del año anterior.

En 2014, las importaciones fueron U\$ 541,4 millones; en el periodo enero mayo del 2015 alcanzaron, U\$192,8 millones.



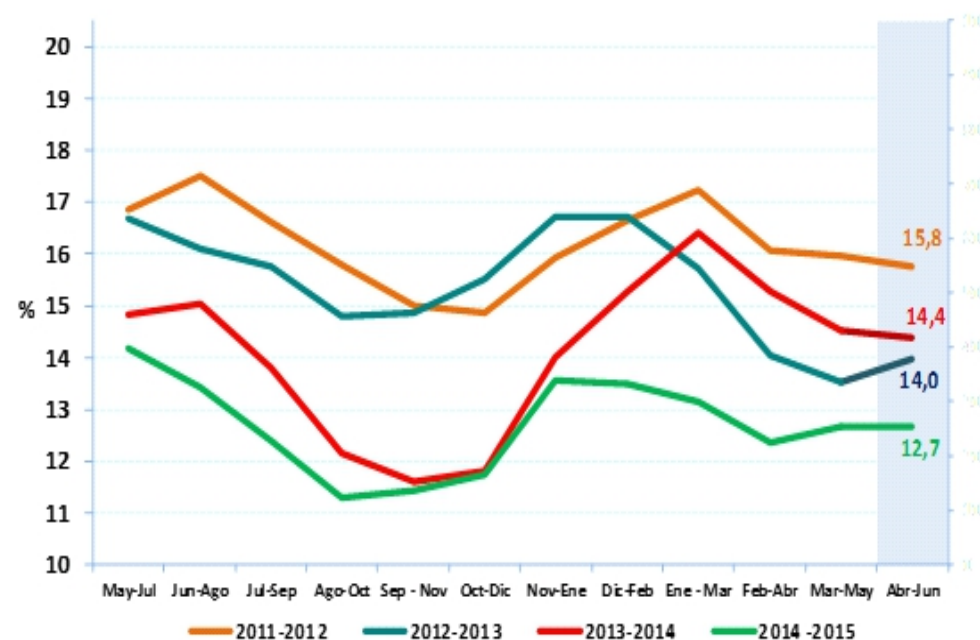
Fuente: Perfil Económico: Departamento del Quindío, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2015.

TASA DE DESEMPLEO

La tasa de desempleo de Pereira ha presentado una disminución en los últimos cuatro años, pasó de 15,8% en 2011 a 12,7% en 2015 como se ve en la gráfica anterior. Pereira supera la tasa nacional en 4,5 puntos porcentuales, siendo 8,2% la tasa de desempleo nacional.

INFLACIÓN

En el 2015 el grupo que tuvo mayor inflación en el departamento de Quindío fue el de comunicaciones (11,8) seguido por alimentos (4,4%). También se puede ver que el grupo de bienes y servicios con menor inflación fue el vestuario (0,9%).



Fuente: Perfil Económico: Departamento del Risaralda, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2015.

Turismo



- Pereira esta en el octavo lugar dentro de los destinos turísticos más importantes del país (Según El Tiempo, 2014). La inversión pública y privada está destinada al desarrollo turístico, infraestructura hotelera, parques temáticos y actividades culturales.
- De acuerdo a COTELCO, en abril de 2014, se tenía un registro de 30 hoteles con capacidad para 1.011 habitaciones, la ciudad con mayor capacidad del eje cafetero.
- La riqueza convierte a Risaralda en uno de los departamentos con mayor potencial para la realización de actividades como el avistamiento de aves, las caminatas ecológicas y el ciclo montañismo. También cuenta con la atracción tradicional de los termales de Santa Rosa de Cabal.
- La actividad de los sectores económicos secundarios y terciarios son fundamentales para atraer turismo de negocios, la infraestructura del centro de convenciones ExpoFuturo es una puerta para la organización de turismo corporativo de carácter nacional e internacional.

Turismo de negocios



- El Aeropuerto Internacional Matecaña (25 operaciones diarias de siete aerolíneas, nacionales e internacionales), las buenas vías que unen a la ciudad con el resto del país y las 4.365 camas de sus 125 hoteles, fortalecen a la capital del departamento de Risaralda como sede de eventos. (Colombia CO, 2015)
- Pereira es la ciudad del eje cafetero con mayor número de visitantes al año, superando ampliamente a sus vecinos. En efecto, en promedio, en temporada baja, en el aeropuerto Matecaña aterrizan 1300 personas diarias de las cuales un gran porcentaje son empresarios de otras ciudades o países.



La empresa en Pereira

- Durante el 2014, el PIB regional alcanzó su máximo pico desde el 2007 (4,3%) y superior en un punto porcentual con respecto al 2013.
- Los sectores que presentaron crecimiento por encima del promedio (4,3%) fueron, el agropecuario con 4,4% (jalonado por el café), los servicios sociales y personales 5,3% y el sector financiero. Mientras los sectores como la construcción y el comercio crecieron 3,9% y la industria 3.5%, crecimiento sectorial que se evidenció en el empleo sectorial.
- La industria de BPO, KPO & IT en Risaralda está creciendo los últimos años; esta industria corresponde a la tercerización de todo tipo de servicios y conocimiento. Hoy en día, la industria contribuye con cerca de 3,000 empleos directos.
- El sector industrial de metalmecánica es uno de los más importantes por su aporte a la economía local. El crecimiento de los subsectores de maquinaria y equipo, son claro ejemplo del crecimiento, con un porcentaje cercano al 80% y 50% respectivamente (Según DANE). Además, la apuesta académica es de gran importancia debido a que es la condición primordial para garantizar la durabilidad y sostenibilidad en la región.

DOFA

Oportunidades



- La región cuenta con grandes superficies comerciales y empresas e industrias con potencial exportador que son atractivas para los inversionistas.
- Risaralda es uno de los destinos preferidos de los inversionistas extranjeros ya que cuenta con una ubicación geoestratégica, facilidad para hacer negocios, un paisaje cultural único, entre otras características.
- Pereira, la capital de Risaralda, es catalogada como la tercera ciudad del país con mayor facilidad para abrir una empresa y la quinta para hacer negocios, por el Doing Business 2013 – 2014.
- En el 2013 el turismo de eventos en la región presentó un crecimiento importante de 28,3%, lo cual es una oportunidad para el centro de convenciones de atraer eventos.

Amenazas

- Aunque la economía de la ciudad crece, presenta algunas dificultades en cuanto a desigualdad social, marcando grandes problemáticas en el índice de desempleo y corrupción.
- La fuerte desarticulación entre instituciones públicas y privadas para el desarrollo empresarial son notorias, no existen redes de turismo que proporcionen regulación y apoyo a quienes se dedican a esta actividad.



"Centro de Convenciones Pereira"

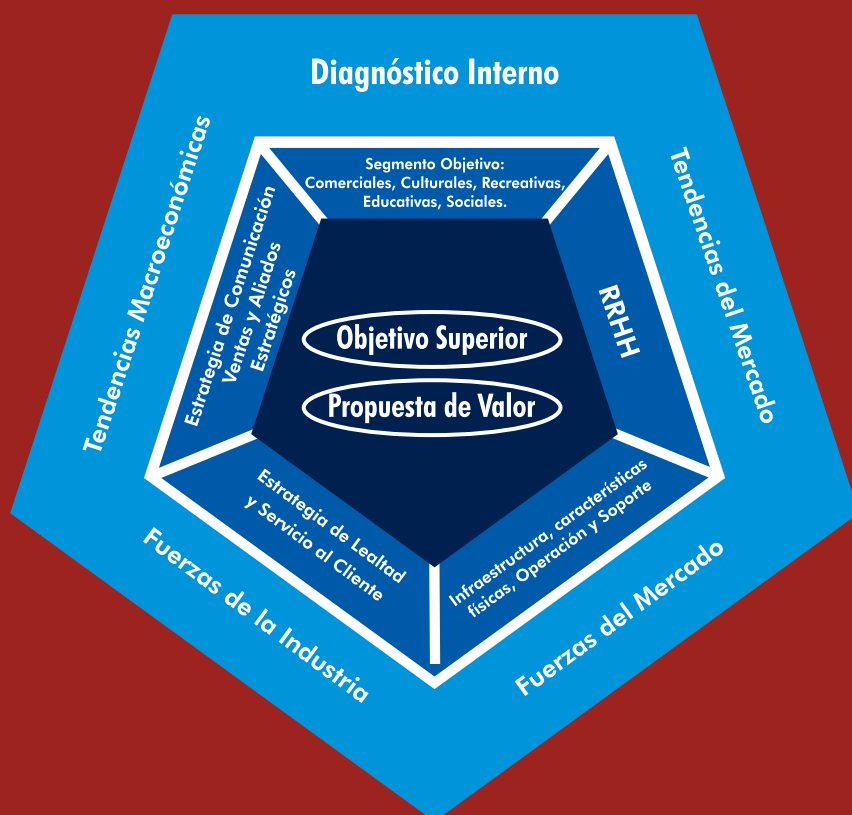
Fortalezas



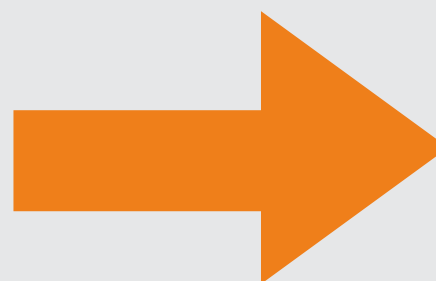
- El actual CDC y Exposiciones de Pereira, se encuentra localizado en un área óptima de la ciudad, cerca del aeropuerto internacional y próximo a la unidad deportiva de la misma. De fácil acceso, sobre una vía principal y con los recursos de transporte adecuados.
- Aunque fue construido sobre una estructura ya existente, se adaptó lo mejor posible y se dio así el nacimiento del actual EXPOFUTURO, el cual cuenta en la actualidad con una gran plazoleta central que entrega a un corredor semicircular desde el cual se generan los accesos al gran salón o auditorio, salón secundario, áreas de servicios de mantenimiento y apoyo logístico.
- Se inició la construcción del nuevo centro de convenciones, el cual contará con todas las áreas requeridas, con un diseño moderno y funcional y estará dotado con toda la infraestructura de servicios generales, de apoyo y sistemas técnicos audiovisuales, sistemas, wifi, traducción simultánea, sistematización, etc.
- Expofuturo, depende de un bureau (Pereira Convention Bureau) liderado por la Cámara de Comercio de Pereira, Fontur, Procolombia, quienes han creado un organigrama administrativo eficiente, con foco en el área comercial (promoción y ventas).
- En la actualidad y pese a la deficiencia de propuesta arquitectónica adecuada y escasos recursos técnicos, Expofuturo Pereira es viable y auto sostenible. Aprovechan la promoción de los beneficios de su región, cultura, arte, medio ambiente, biodiversidad y costumbres, convirtiéndolos en atractivos colaterales que enriquecen la oferta de su locación.

Debilidades

- Aunque próximamente Expofuturo contará con un apropiado centro de convenciones, en la actualidad sus espacios no fueron diseñados para tal fin.
- No cuenta en la actualidad con los recursos técnicos requeridos y la ciudad no cuenta con los proveedores que satisfagan sus necesidades, por lo que tienen que recurrir a proveedores de otras regiones y así poder cumplir con el rider técnico que demandan la variedad de eventos que se realizan.
- No existe una gran demanda de turismo corporativo, siendo esta la de mayor poder adquisitivo por parte de sus asistentes. Lo anterior debido a no contar en la actualidad con los espacios adecuados.



Análisis del CDC "Expofuturo" por medio del Diamante Estratégico



**Estrategia
Empresarial**



Objetivo Superior

Los CDC crean nuevas ideas y conocimiento, generan riqueza, desarrollo y promueven el patrimonio cultural colombiano.

Propuesta de valor



¿Quiénes Somos?

Sustentados en el compromiso de trabajo duro y creativo propio de los Pereiranos, trabajamos para la creación de riqueza y el desarrollo y crecimiento de la zona cafetera y los atributos que la hacen incomparable. Generamos sinergia entre las empresas, el gobierno y particulares para dinamizar la economía teniendo en cuenta actividades económicas propias de la región Cafetera y creando actividades de promoción para desarrollo de eventos que posicionan a Pereira como el polo de desarrollo del eje cafetero y un referente del turismo de negocios.

Objetivos Estratégicos

- Servir como eje y polo de desarrollo de la economía del eje cafetero y especialmente como dinamizador del turismo empresarial.
- Proponer la innovación y el marketing como herramientas estratégicas, para el desarrollo del potencial de la región y la ciudad.
- Diseñar e implementar acciones específicas que permitan fortalecer y garantizar la sostenibilidad del CDC a través de la identificación de las oportunidades de mercado en turismo de negocios.
- Crear un Bureau local que penetre los mercados regionales y nacionales.
- Conformar una red local de entidades relacionadas con el turismo, la educación y la empresa y el gobierno para la administración y promoción del CDC de Pereira.



*Depende del Tipo de Formato

FORTALEZAS ECONÓMICAS POR SECTOR



INDICADORES DE LA REGIÓN



FICHA TÉCNICA



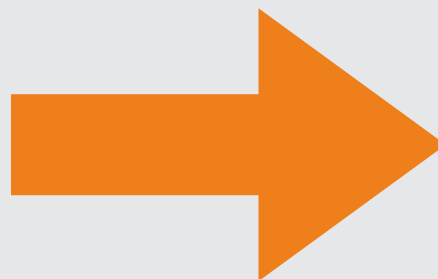
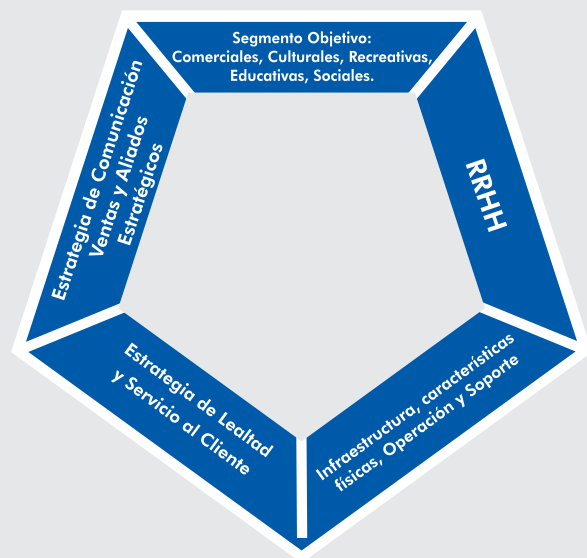
Capacidad 5.000 - 10.000*

Ubicación Villa Olímpica

Descripción

Técnico	Audio	Proyectores	Luces
	Video	Traducción	Catering

Espacial
 1 Pabellón
 1 Salón de Conferencias
 2 Salones Aux.
 1 Plazoleta



**Plan estratégico
enfocado en
la innovación
y marketing del CDC.**

Segmento Objetivo

Educativo

El carácter académico de la región es fundamental, debido a su larga trayectoria e importancia de sus entidades educativas. Promover este sector para crear una relación redituable con las facultades de las diferentes universidades de las ciudades del eje Cafetero.

Cultural

En los eventos culturales el énfasis se hace en los que están relacionados con La cultura cafetera, la gastronomía y todas las expresiones relacionadas con el paisaje cafetero.

Recreativo

El CDC también considera realizar eventos como conciertos en vivo de figuras de talla nacional e internacional con proyección y fanáticos en la región.

Social

El CDC de Pereira considera también como segmento los eventos propios del desarrollo de la actividad de gobierno de la gobernación de Risaralda y la alcaldía de Pereira y entidades adscritas a ellas.

Comercial

Las actividades comerciales provenientes de las empresas de la zona cafetera. Son aquellas actividades como simposios, convenciones o ruedas de negocios donde prime la actividad de compra y venta.

Estrategia Mercadeo y Ventas

Bureau Local

El CDC de Pereira cuenta con una infraestructura de mercadeo para el desarrollo de mercados locales y regionales a partir de las estrategias de inteligencia de mercados y de fuerza de ventas.

Mercadeo

El CDC de Pereira cuenta con una infraestructura de mercadeo, inteligencia de mercados para el desarrollo de mercados locales.

Comunicación & Ventas

El CDC de Pereira despliega su propuesta de valor: Centrada en el paisaje cafeteros y el trabajo y la pujanza de su gente.

Bureau Local



Crear un bureau local, o departamento de mercadeo, que asume el desarrollo de mercados locales y regionales a partir de una estrategia de fuerza de ventas.

Convocar las fuerzas vivas de la región para conformar el Bureau local. Se desarrolla en alianza con las autoridades de la región.

Objetivos estratégicos:

Cubrir la geografía de la región cafetera, esta fuerza también puede intentar penetrar mercados en mercados nacionales e internacionales.

Seleccionar una fuerza de ventas, dos personas jóvenes profesionales Pereiranos, preferiblemente con alguna experiencia en ventas B2B en empresas de la región.

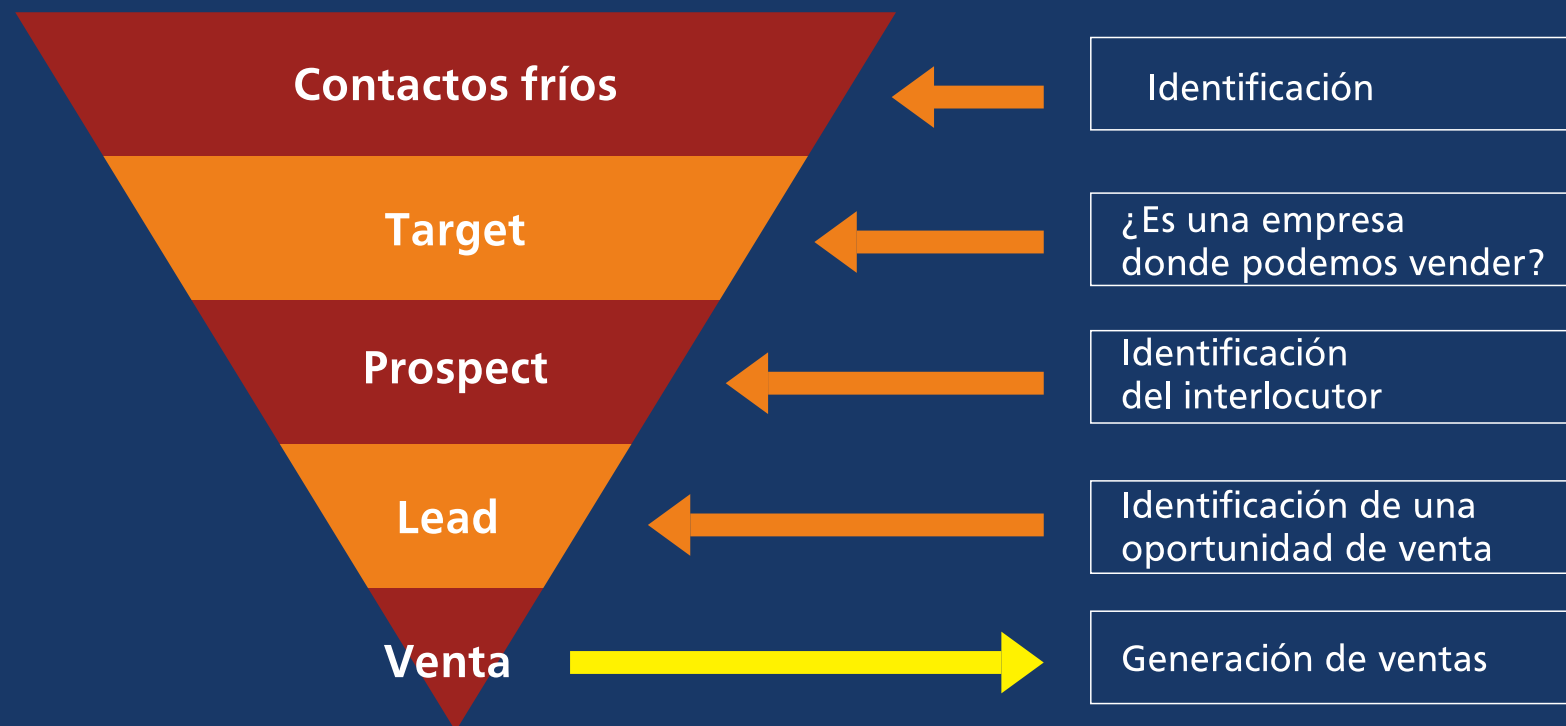
Mercadeo



Crear un centro de inteligencia de mercados. Diseñar e implementar un centro de inteligencia de mercados y accesibilidad de la información, factores claves que potencian el crecimiento de las oportunidades de negocios para el CDC y sus segmentos.

Objetivos estratégicos:

- Definir los entornos: demográfico, económico, natural, tecnológico, político y cultural.
- Determinar los perfiles para segmentar y hacer seguimiento.
- Establecer fuentes de recolección de la información.
- Determinar las herramientas de recolección, tratamiento, análisis y entrega de datos.
- Definir los indicadores de seguimiento.



VENTAS

Crear una fuerza de ventas que tiene como objeto la maduración y desarrollo del mercado natural regional del CDC de Pereira. **Se propone la metodología del embudo de ventas** que a partir de los informes de inteligencia de mercados desarrolla un proceso de seis pasos a la fidelización.

Comunicación

La estrategia de comunicación despliega los beneficios emocionales, racionales, organizacionales y de logística que ofrece el centro a sus posibles clientes.

Uso de medios masivos, alternativos, BTL y campañas de comunicación personalizada con los clientes localizados en la inteligencia de mercados. Desarrollar la página Web del CDC.



Esta estrategia se compromete con la creación de acciones de RR PP que conforma un grupo de empresas aliadas que apoyan los eventos que se desarrollan en el CDC.

Marketing Digital

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Youtube
- Posicionamiento SEO
- E-mail Marketing

Diseño Portal WEB

Diseño

Contenidos

Administración

Objetivos Estratégicos de Comunicación



- Crear e implementar un sistema de comunicación directo con los clientes localizados por la inteligencia de mercados.
- Administrar todas las piezas de publicidad, comunicación estratégica e implementación y velar por su mantenimiento y cuidado.
- Realizar estrategias de promoción que permitan enfrentar los cambios en el mercado.
- Crear una estrategia de RR PP para crear un grupo de grandes empresas, patrocinadores de los diferentes eventos como apoyo para los participantes y las finanzas del CDC.

Estrategia de lealtad y servicio al cliente

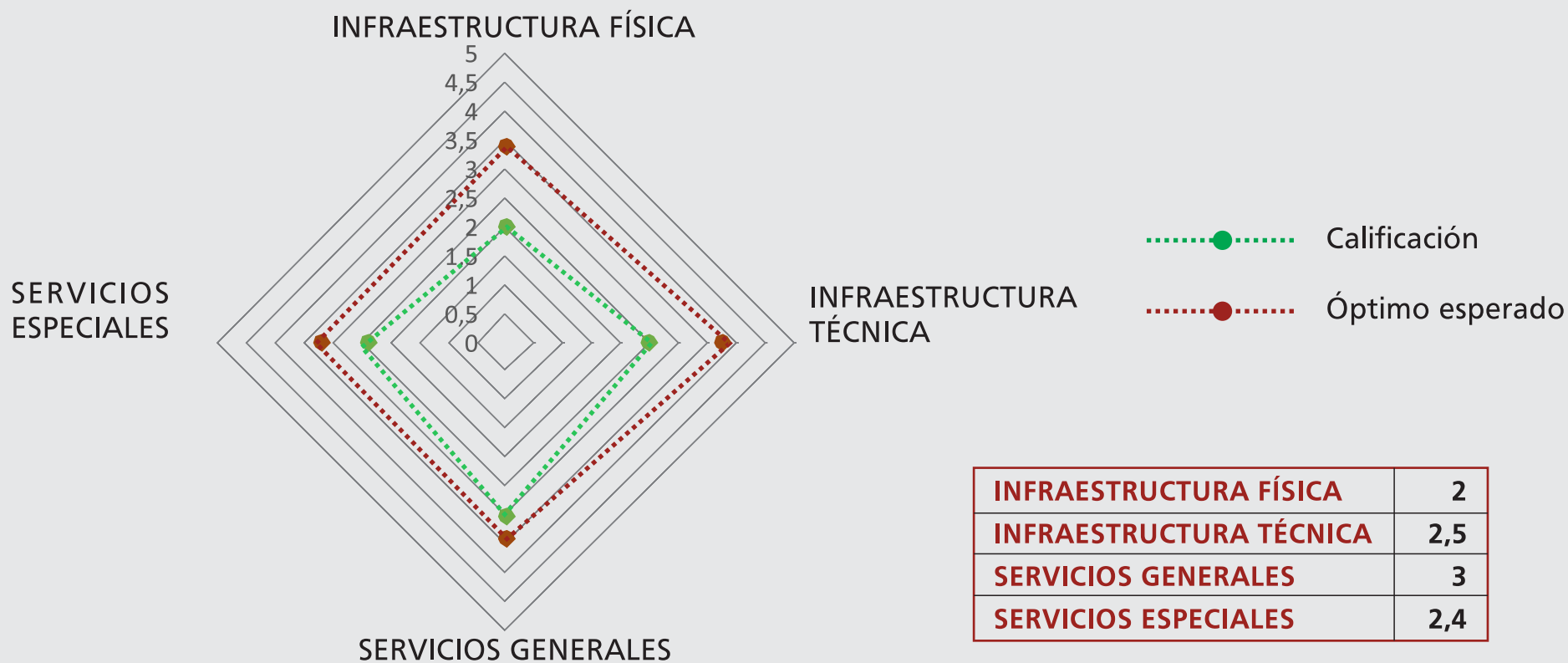


El CDC de Pereira desarrollará una estrategia de fidelidad hacia sus clientes que busca impactar las bases sociales y la región promocionarla a nivel.

- Centrado en el potencial comercial e industrial de la región y específicamente de Pereira.
- Centrado en un paisaje cultural único, el paisaje cafetero y todas las posibilidades culturales y económicas que se derivan.
- Centrado en el hecho de ser la tercera ciudad el país con mayor facilidad para abrir una empresa y la quinta para hacer negocios, por el Doing Business 2013 – 2014.

Infraestructura, características físicas, operación y soporte

Centro de Eventos Expofuturo



Recursos Humanos





propaís
20 años