

ARMENIA



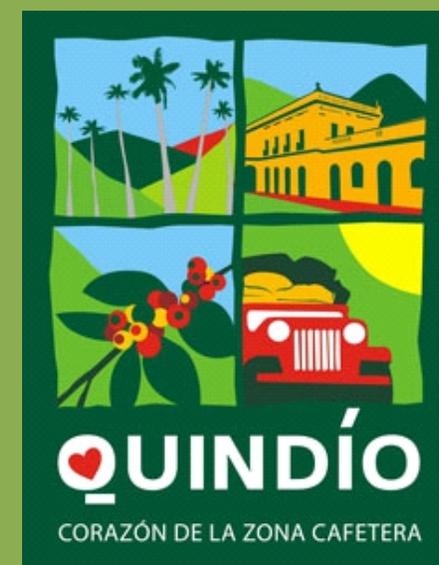
CDC

Centro de Convenciones apoyado por MINCIT y ejecutado por FONTUR

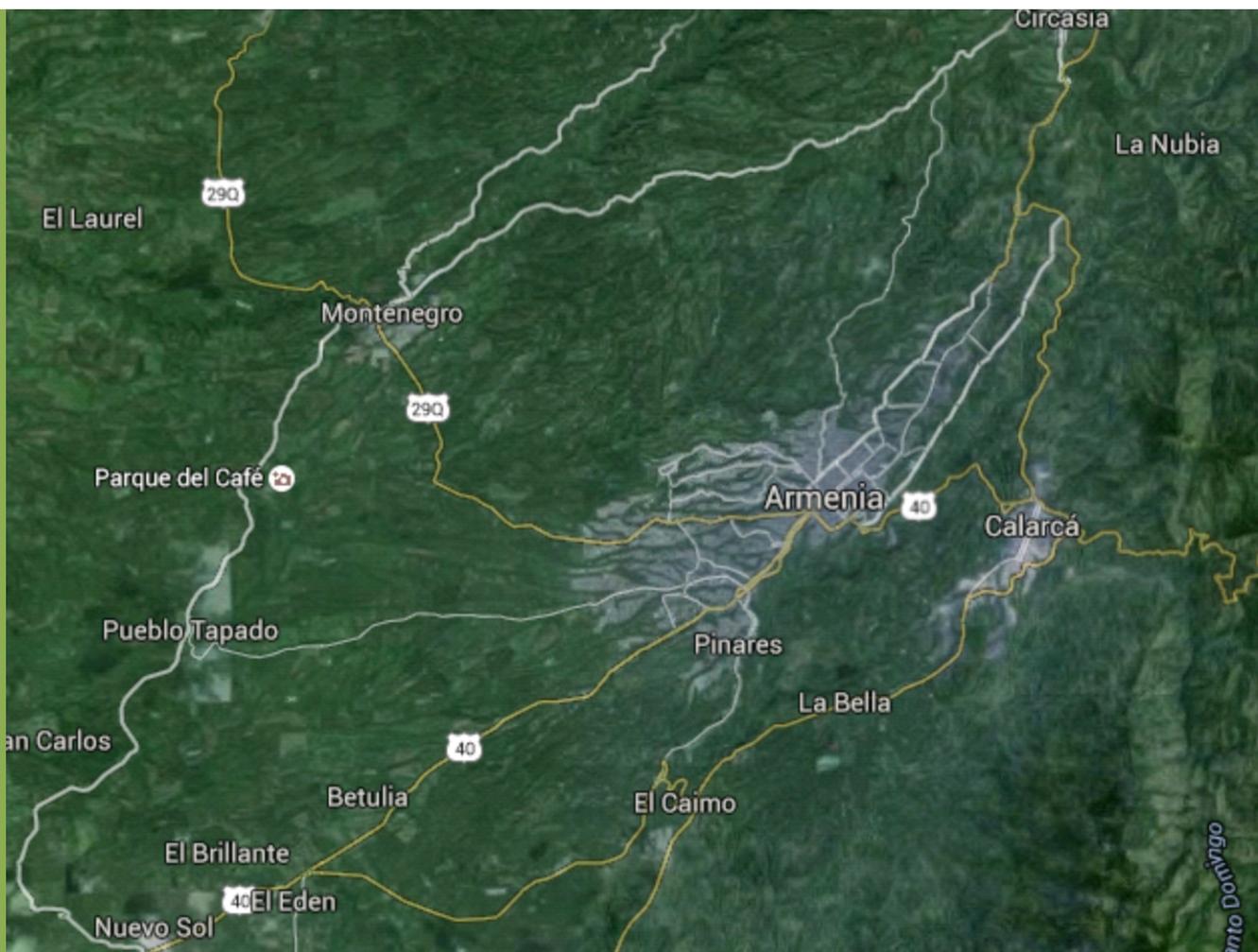


Centro de convenciones Armenia





Ubicación Geográfica



PIB

La actividad económica que más influye en PIB del departamento de Quindío es la de servicios sociales, comunales y personales (21,7%), seguido de la construcción (16,0%). Y la actividad de menos importancia es la de minas y canteras (0,7%).

COMERCIO EXTERIOR

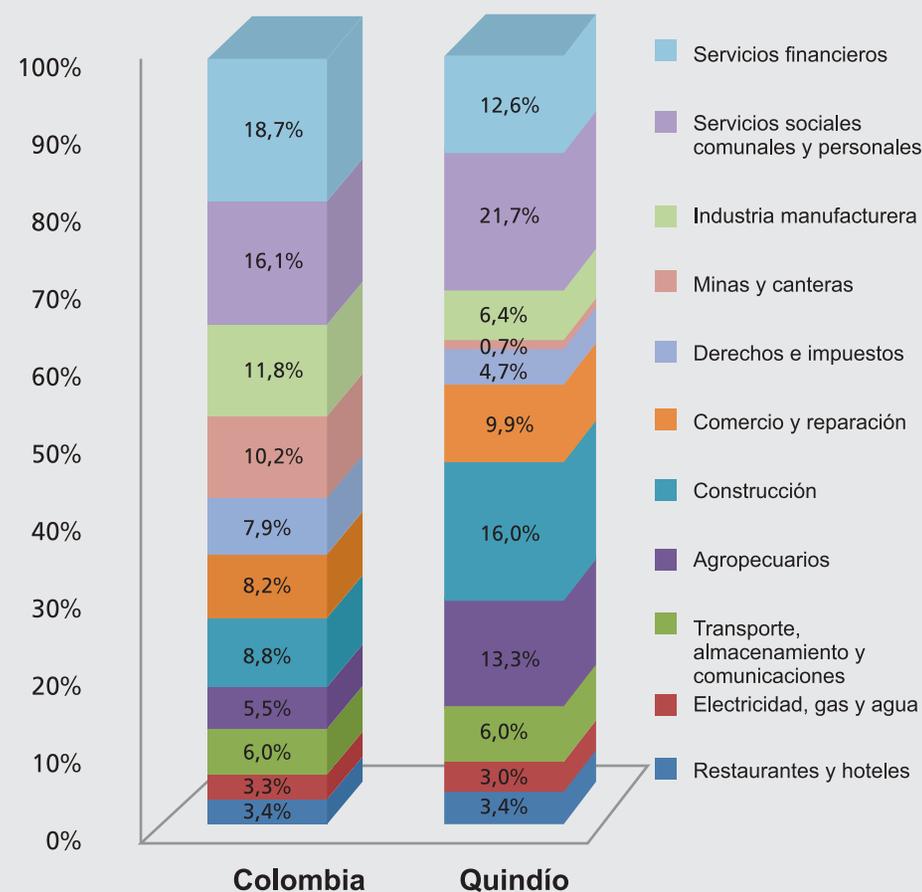
En el 2014 las exportaciones del Departamento de Quindío incrementaron a US\$291,9 millones, con una variación frente al 2013 del 41,0%. Por el contrario las exportaciones en los primeros cinco meses del 2015 fueron de US\$ 141,7 millones, con una variación de 65,8% respecto al mismo periodo del 2014.

De enero a mayo del 2015 las importaciones fueron de US\$26,0 millones, mientras que en el 2014 alcanzaron US\$ 78,6 millones.

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

Comercio Exterior, con un valor de US\$ 120,6 millones.

Estructura PIB por sectores



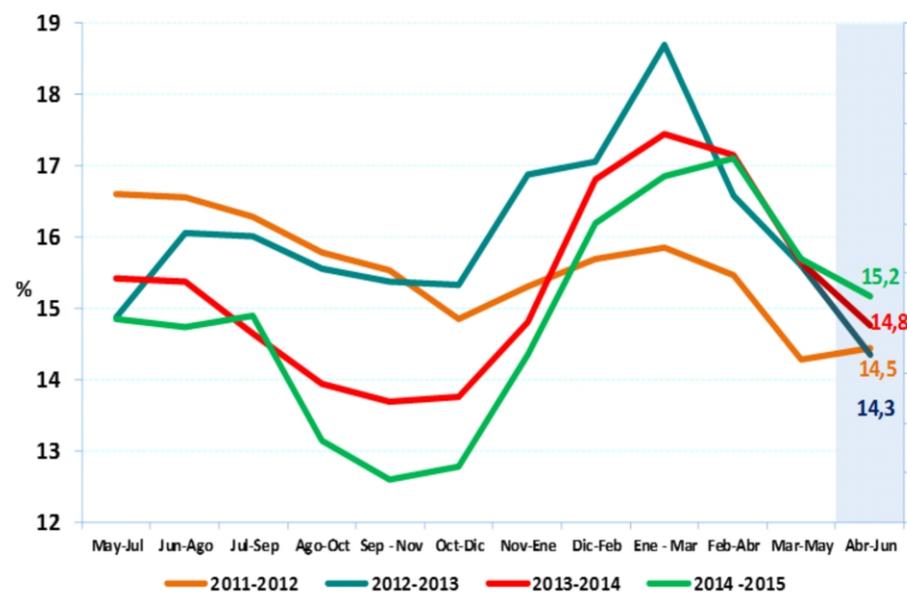
Fuente: Perfil Económico: Departamento del Quindío, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2015.

TASA DE DESEMPLEO

La tasa de desempleo de Armenia ha presentado un aumento en los últimos cuatro años, pasó de 14,5% a 15,2% como se ve en la gráfica anterior. En el 2015, Armenia es la ciudad de Colombia con la mayor tasa de desempleo, superando la tasa nacional en 7 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 alimentos (5,3) seguido por otros gastos (3,3). También se puede ver que el grupo de bienes y servicios con menor inflación fue el vestuario (1,3).



Fuente: DANE - GEIH

Fuente: Presentaciones por ciudades - trimestre móvil - abril 2015 - junio 2015, Mercado Laboral Armenia, Dane, 2015.

- Para el año 2014, del total de turistas que llegaron al Quindío, el 94% eran nacionales y el 6% procedían del exterior. Dentro de la región, el principal motivo de visita es el turismo con un 70,48%, el 23 % por motivos familiares, finalmente por turismo de negocios con un 4% y otras actividades 2%.
- Según cifras de RNT (Registro Nacional de Turismo) existen 1.004 establecimientos prestadores de servicio. Los establecimientos de alojamientos son los de mayor registro con el 73,61%, seguido de las agencias de turismo (21,71%) y los guías de turismo con una participación del 2%.
- La percepción de los comerciantes dentro de la región coincide en que el aumento significativo de participantes en eventos y número de turistas por motivo de recreación acelera el crecimiento de la economía. Las ventas durante periodos de gran afluencia turística se estima un crecimiento entre el 15 y 20%.

Turismo de negocios



- El centro cultural de convenciones del Quindío es la apuesta al desarrollo de turismo de negocios de la región. Cuenta con características de alta tecnología y capacidad para albergar eventos de gran magnitud de carácter local e internacional de 1400 personas.
- El Quindío, ubicado en el triángulo del café, es uno de los principales destinos agroturísticos y con paisaje cultural cafetero declarado como patrimonio de la humanidad por la UNESCO.
- Actualmente, el uso del centro de convenciones está enfocado a eventos sociales, reuniones, encuentros gubernamentales y exposiciones culturales. La región tiene potencial para atraer turistas extranjeros por su diversidad turística.

La empresa en el Quindío



- De acuerdo a información de la Cámara de Comercio de Armenia y Quindío, teniendo en cuenta activos, el 94,52% de las empresas registradas son microempresas lo cual refleja el poco desarrollo a nivel de escala en la región.
- La industria manufacturera tan solo aporta el 9% entre la composición del sector privado, mientras que el comercio tiene una participación cerca del 51% de empresas constituidas legalmente.
- Por rama de actividad económica, en el 2013, el cultivo de café y otros productos agrícolas constituyeron cerca del 70% de la producción industrial de la región. Lo anterior vislumbra la necesidad de orientar la productividad empresarial hacia la transformación de las cadenas productivas.

Oportunidades



- Los inversionistas internacionales tienen cierta preferencia por el departamento de Quindío para hacer negocios. Armenia es la ciudad en Colombia con mayor facilidad para abrir empresa según el Doing Business 2013 – 2014.
- El departamento se encuentra en la Zona Franca del Eje Cafetero a 300 km aproximadamente de las principales ciudades del país: Bogotá, Cali y Medellín. Esta Zona franca aporta a la competitividad ya que queda muy cerca del aeropuerto internacional El Edén y está ubicado sobre la carretera panamericana.
- Cuenta con ventajas geo-económicas comparativas y con un fácil acceso a la infraestructura de transporte terrestre, aéreo y marítimo y a la red energética nacional; condiciones que generan ventajas para su entrada privilegiada tanto a los mercados nacionales como a los internacionales y de aquellos a esta región.
- Quindío hace parte del Paisaje Cultural Cafetero, el cual es sustentable y productivo. Esto le da un valor agregado frente a otras zonas cafetales del mundo.

Amenazas



- El desarrollo regional del Quindío carece de un sector sólido industrial para transformar y comercializar productos locales que permitan el dinamismo económico de los municipios, por tal motivo el turismo de negocios no dispone de un ambiente adecuado para encontrar nuevos horizontes de inversión, la oferta local es muy baja y las organizaciones públicas no direccionan hacia este sector empresarial.
- 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. Por otro lado, el engaño al turista es frecuente, lo que ocasiona la disminución de turistas en esta región por la falta de seguridad y calidad de los productos y servicios que adquieren.
- Actualmente Armenia está entre las ciudades con mayor índice de desempleo, situación que pone en riesgo las actividades comerciales y turísticas de la región. Esta problemática puede desencadenar en el aumento de la inseguridad en la ciudad y la disminución en apoyo a los sectores más vulnerables.
- El acceso aéreo, aunque cuentan con una infraestructura adecuada y óptima para atender vuelos nacionales e internacionales, la demanda es amplia pero el costo es elevado y hacen falta mayor número de rutas que faciliten el tráfico de turistas.



"Centro de Convenciones Armenia"

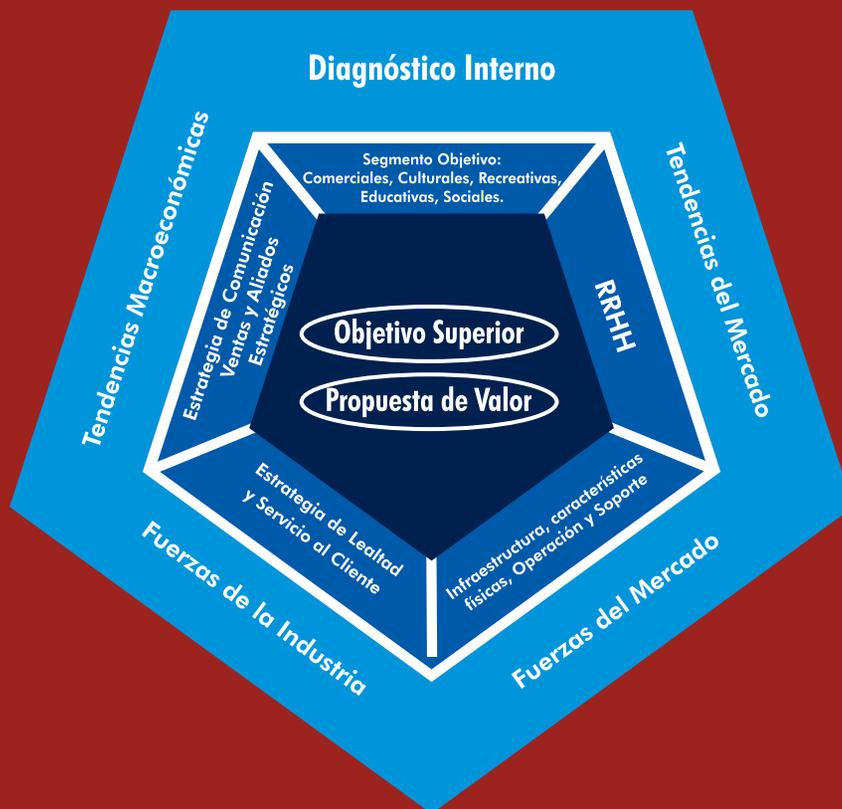
Fortalezas



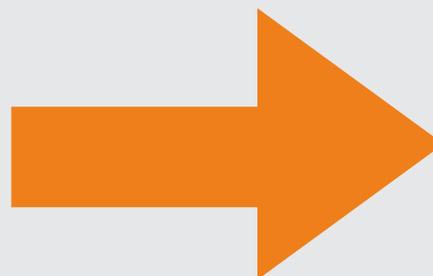
- Localizado a 25 minutos del aeropuerto el Edén y a 30 minutos de los parques temáticos de la región, en medio del paisaje cafetero que alberga la mejor oferta de hotelería campestre de haciendas cafeteras. La ciudad de Armenia cuenta además con una buena y moderna oferta hotelera tradicional.
- Cuenta con una muy buena distribución espacial, apropiada y con todas las áreas de servicios requeridas para su buen funcionamiento. El salón principal o de convenciones capacidad para 1.400 personas (tipo auditorio) 710 personas (tipo aula) y 1.890 personas de pies (tipo cóctel). Dicho salón se puede dividir en tres grandes salones de 420 personas cada uno, con todos los recursos técnicos requeridos y completamente insonorizados entre sí.
- El CDC, cuenta con muy buenos recursos técnicos tanto en luces como de sonido. Luces par 64, robótica apropiada, sistematización, proyectores de gran alcance, sonido HD, parlantes Bose, consola de 36 canales, rack de amplificadores, equipos de traducción simultánea, micrófonos inalámbricos de mano y diadema, un operador local que maneja por contrato la producción y suministra los equipos adicionales que se requieran de acuerdo al rider técnico requerido.
- El CDC, tiene un lobby de capacidad apropiada con counter de registro y acreditaciones, dos amplios corredores para la colocación de stands y áreas comerciales y de exhibición, cafetería, sala de prensa, salón VIP, áreas administrativas, salones auxiliares para reuniones de trabajo empresarial, tres cabinas de traducción simultánea, planta eléctrica auxiliar, y un área para cocina y servicios generales y complementarios.

Debilidades

- La administración del CDC, depende totalmente de la gobernación del departamento, se ha nombrado un gerente o administrador el cual cuenta con el organigrama adecuado tanto en personal administrativo, operativo de mantenimiento y apoyo, pero el CDC tiene su mayor ocupación en eventos y actividades a título de préstamo o actividades propias gubernamentales sin retribución alguna, solo un pequeño porcentaje de eventos y actividades se facturan, limitando así la obtención de recursos propios y su auto-sostenibilidad.
- No se cuenta con un departamento comercial y ventas, una oferta apropiada y una estrategia de mercadeo y comunicación estratégica. Su página Web no está bien diseñada ni existen acciones de promoción y divulgación.
- En el auditorio principal su escenario aunque tiene una boca bastante amplia y con salida directa a camerinos y baños, no cuenta con la profundidad adecuada para realizar espectáculos artísticos y culturales, limitando así la puesta en escena y por consiguiente oferta y demanda de los mismos.
- Los parqueaderos cubiertos aunque apropiados son insuficientes y el área de parqueo externa no está debidamente adecuada, su piso es en recebo, su área es amorfa y no tiene diseño ni delimitación alguna.
- El CDC cuenta con una apropiada área de cocina, sin embargo no tiene equipos ni dotación de ningún tipo, por lo cual no se encuentra en funcionamiento.



Análisis del CDC "Centro Cultural Metropolitano de Convenciones" 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?

Basados en su insuperable ubicación geográfica y una fuerte infraestructura hotelera en el paisaje cafetero, nuestro compromiso es con la creación de riqueza, desarrollo y crecimiento del Quindío y la región cafetera. Generamos sinergia entre las empresas, el gobierno y los particulares para dinamizar la economía teniendo en cuenta actividades propias de la región Cafetera y creando actividades de promoción para desarrollo de eventos que posicionan a Armenia como polo de desarrollo y un referente del turismo de negocios.

Propuesta de valor



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 Armenia.



*Depende del Tipo de Formato

FICHA TÉCNICA



Capacidad 500 - 1.000*

Ubicación Área Metropolitana

Descripción

Técnico

Audio	Proyectores	Luces
Video	Traducción	

Espacial

Salón Barranquero - Auditorio Barranquero 1, 2 y 3

FORTALEZAS ECONÓMICAS POR SECTOR



Turismo



Cultural



Empresarial



Agro



Gastronomía

INDICADORES DE LA REGIÓN

Infraestructura Ciudad

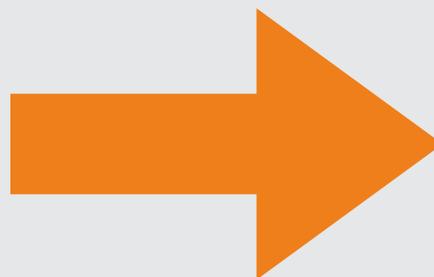
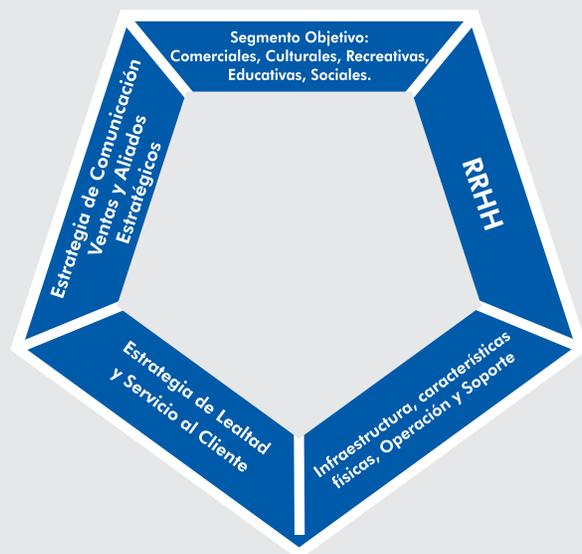
50%

100%

Recursos CDC

85%

100%



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

Segmento Objetivo



Cultural

En los eventos culturales el énfasis se hace en los que están relacionados con la conservación ambiental. El paisaje cafetero, historia, gastronomía y los relacionados con eventos de música.

Recreativo

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

Social

El CDC de Armenia considera también como segmento los eventos propios del desarrollo de la actividad de gobierno del departamento de Quindío, la alcaldía de Armenia y entidades adscritas a ellas.

Comercial

Las actividades comerciales provenientes de las empresas del eje cafetero y las situadas en zonas industriales. 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 Armenia en alianza con las autoridades locales cuenta con una infraestructura de mercadeo para el desarrollo de mercados locales y regionales.

Mercadeo

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

Comunicación & Ventas

El CDC de Armenia despliega su propuesta de valor: Centrada en el paisaje cafetero y la ubicación conveniente de Armenia en la geografía nacional.

Bureau Local

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

El bureau local es constituido y gestionado en alianza con las autoridades departamentales del Quindío.

Objetivos estratégicos:

Cubrir la geografía de la región cafetera, este Bureau penetra mercados nacionales e internacionales.

Constituida por dos personas jóvenes bilingües profesionales de Armenia, preferiblemente con alguna experiencia en ventas B2B en empresas de la región .

Mercadeo



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.

Comunicación y Ventas



VENTAS

Crear una fuerza de ventas que tiene como objeto la maduración y desarrollo del mercado natural regional del CDC de Armenia. 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

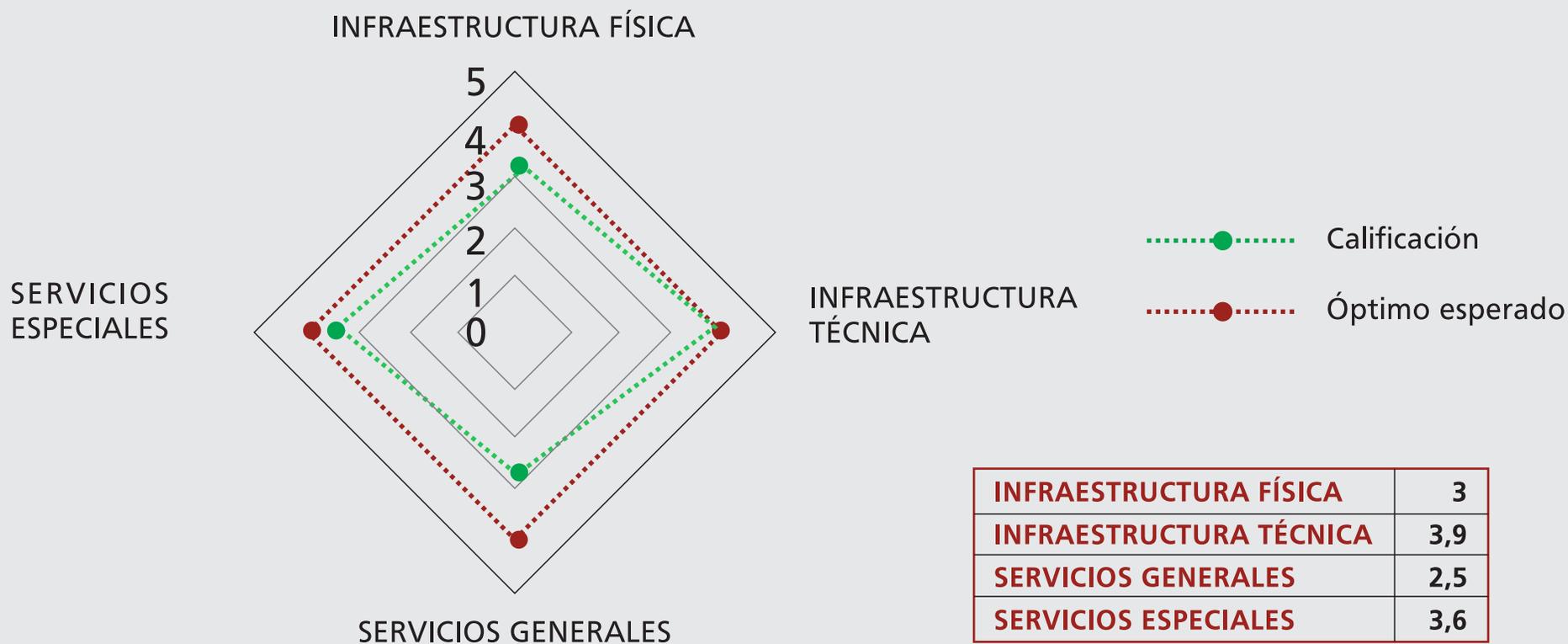


El CDC de Armenia desarrollará una estrategia de fidelidad hacia sus clientes que busca impactar las bases sociales y la región promocionarla a nivel.

- Centrado en el potencial comercial de la región y específicamente de Armenia.
- 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 primera para hacer negocios, por el Doing Business 2013 – 2014.

Infraestructura, características físicas, operación y soporte

Centro cultural metropolitano de convenciones





Recursos Humanos





propaís
20 años