

Pereira

[Faded, illegible text]

Anexo 002:
Insertos Meetings Cartagena de Indias
3 hojas

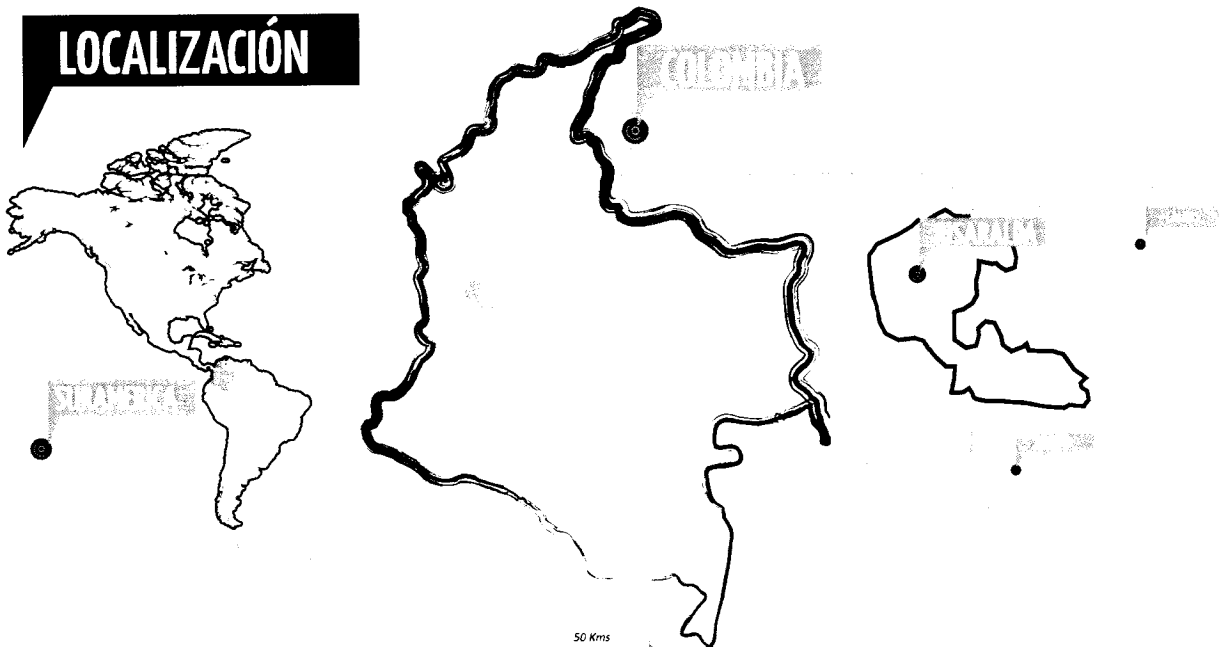
Destino **RISARALDA**

El departamento de Risaralda está ubicado en el sector central de la región andina, en el centro occidente de Colombia. Su posición geográfica está determinada por las coordenadas de sus límites extremos: entre los **5°32'** y **4°39'** de latitud norte y entre **75°23'** y **76°18'** de longitud al oeste del meridiano 0° de Greenwich. El Departamento de Risaralda limita con seis (6) departamentos: Al norte con los departamentos de Antioquia y Caldas, por el Oriente con Caldas y Tolima, por el Sur con el Quindío y Valle del Cauca y por Occidente con Chocó. El Departamento está dividido en 14 municipios: Pereira como ciudad capital.

Fuente: Gobernación de Risaralda.

El municipio de Pereira, se encuentra en el centro occidente del país, específicamente a **4°48'30.51"** de latitud norte y a **75°41'52.08"** de longitud oeste, en la región sur-oriental del departamento de Risaralda, en la vertiente occidental de la cordillera central, cuyas laderas descienden principalmente hacia el río Cauca. Limita al norte con el municipio de Dosquebradas, al sur con el departamento del Quindío, al este con el departamento del Tolima y al oeste con el Valle del Cauca.

LOCALIZACIÓN



Acceso a Talento Humano

En un radio de

30 Km

▶ Tenemos acceso a **1.006.457** de habitantes

50 Km

▶ Tenemos acceso a **2.371.330** de habitantes

Temperatura Promedio Pereira

21°

Temperatura Promedio Risaralda

24°



Área Pereira

702 km²

Área Risaralda

4.140 km²

Fuente: Estadísticas Ambientales Municipales, Municipio de Pereira. CARDER.

Tamaño de la población

Pereira: 462.209 habitantes

Área Metropolitana Centro Occidente: 687.041 habitantes

Risaralda: 935.910 habitantes

Fuente: proyección DANE 2012, Censo 2005.

Panorama económico

• PIB Pereira 2011: **\$5,5 Billones COP**

• PIB per cápita Pereira 2011: **\$11.966.000 COP**

Fuente: cálculos CCP

Pereira

Centro de CENTROS

Pereira tiene una excelente ubicación geográfica, concentrando el **76% del PIB Nacional** y reuniendo más de **23 millones de habitantes en un radio de 200km** (el 56% de la población nacional) por su ubicación de manera equidistante a los principales centros de consumo nacional (Bogotá, Medellín y Cali).

► Infraestructura

3 Aeropuertos en un radio de 50Km

Conexión Directa a los Principales HUBS de Latam
 Bogotá - Medellín - Lima

El **Aeropuerto internacional Matecaña**, es el mejor dotado técnicamente de la región y actualmente se encuentra en proceso de modernización. Moviliza el **66%** de viajeros del Eje Cafetero (2012).

► Infraestructura de Fibra

Pereira se encuentra ubicada sobre las 2 principales redes de fibra óptica de Colombia, Lo cual permite, Back up y Redundancia.

- Telefonía - Telecom
- Internexa



► Calidad de Vida

3ra Ciudad con la mejor calidad de vida en Colombia

2da Ciudad donde los ciudadanos se sienten más seguros

3ra Ciudad con mayor satisfacción según el medio de transporte que usan

► Infraestructura de Agua y Energía

Acueducto: **100%**
 Alcantarillado: **98,3%**
 Energía: **100%**

Distancia carreteable a los principales Centros de Consumo Nacional

Bogotá 317 Kms

Medellín 203 Kms

Cali 191 Kms

► Pasajeros Diarios

110.000 pasajeros diariamente

Intermunicipal - Megabús



2do

MEGABÚS

mejor calificado después del metro de Medellín

Interdepartamental

6 millones



► Conexión con Bogotá

Cali - Pereira

Manizales - Pereira - Armenia

Aproximadamente 60 minutos de desplazamiento desde Pereira

Pereira

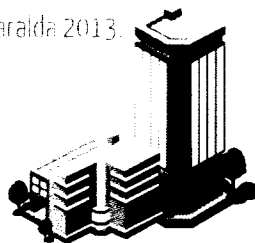
Turismo de CONVENCIONES

Infraestructura Hotelera para atender eventos, afiliados a Cotelco Risaralda

- Nro. de hoteles con capacidad para atender eventos: **26 hoteles**
- Nro. de Salones para atender eventos: **71 salones**
- Nro. Habitaciones: **1.056**
- Nro. Camas: **2.081**

Capacidad para atender eventos desde **20** personas hasta **2.758** en el mismo recinto.

Fuente: Cotelco Risaralda 2013.



► Salones para eventos - 10000 metros cuadrados

Teatro Santiago Londoño

- SALA DE EXPOSICIÓN: 5.000 tipo auditorio
- SALA PRINCIPAL: capacidad para 832 personas
- TEATRO DE CÁMARA: Capacidad de 130 sillas

Centro Cultural Lucy Tejada

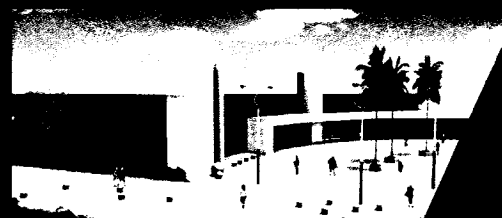
- SALÓN DE LA CIUDADANÍA: 500 personas, muestra empresarial.
- TEATRO - AUDITORIO: Capacidad 392 sillas.
- SALONES DE CONCERTACIÓN PARA EVENTOS: Dos salones, Capacidad de 45 sillas cada uno.
- TALLERES PARA EVENTOS: Dos salones ubicados en el piso sub. 1, para montaje de eventos exposiciones de productos y servicios. Área salón 140 m2.
- EXPORAMPA: exposiciones

Cámara de Comercio de Pereira

- 3 SALONES: capacidad para 55 personas cada uno
- AUDITORIO CÉSAR GAVIRIA TRUJILLO: capacidad para 306 personas

Fuente: Cotelco Risaralda 2015

Proyecto Centro de Convenciones y Exposiciones de Pereira



Centro de Convenciones y Exposiciones de Pereira Proyecto

- Centro de Convenciones:** 6.000 m2 /// 4.018 \$/m2
- Pabellón:** 2.700m2 /// 2.178 \$/m2
- Salón Auxiliar:** 50m2 /// 3.317 \$/m2
- Salón de Conferencias:** 500m2 /// 3.317 \$/m2
- Salones comisiones (5):** 60.52m2 /// 4.997 \$/m2
- Plazoleta:** 3.000m2 /// 802 \$/m2

► Eventos realizados en Pereira

En la ciudad de Pereira, se han desarrollado congresos, convenciones, asambleas, ferias y exposiciones de gran importancia durante los últimos tres años, lo cual le ha permitido a la ciudad de Pereira y al departamento de Risaralda crecimientos y transformaciones significativas en pro del desarrollo y fortalecimiento del sector turístico. Algunos de los eventos MICE (Meetings, Incentives, Congress, Events) desarrollados en Pereira son:

- // Exposición Nacional de Orquídeas
- // Eje Motor
- // Congreso Internacional del Agua
- // Congreso Internacional de Disposición Final de Residuos y Perspectivas Ambientales
- // Eje Moda
- // Congreso Internacional de Transporte Masivo
- // Expocamello
- // Foro Colombiano de la Micro y Pequeña Empresa
- // Congreso Internacional de Cambio Climático
- // Congreso Internacional Energías Renovables y Primera Muestra Nacional de Energía Solar
- // Asamblea Nacional ANDI

Pereira

Oferta TURÍSTICA

PRODUCTOS SEGÚN PLAN MAESTRO

- Ecoturismo
- Turismo de Compras y Entretenimiento
- Turismo Histórico - Cultural
- Turismo de Eventos y Convenciones



Ecoturismo

- Parque el Lago
- Plaza de Bolívar
- Zona Rosa Av. Circunvalar
- Parque Metropolitano del Café
- Zoológico Matecaña
- Jardín Botánico UTP
- Jardín Botánico Humboldt
- Termales en Santa Rosa de Cabal
- Casa de la Cultura y Jardín Botánico en Marsella
- Parapentismo en Apia
- Comfamiliar Risaralda

Turismo Histórico - Cultural

- Áreas protegidas
- Volcán Nevado de Santa Isabel
- Laguna del Otún
- Parque Regional Natural Barbas Bremen
- Parque Regional Natural Ucumarí
- Santuario de Fauna y Flora Otún Quimbaya
- Río Otún
- Parque Nacional Natural Los Nevados

Pereira

HOTELES			
CENTRO	TELEFONO	DIRECCION	PAGINA WEB
HOTEL ABADIA PLAZA	3358398 ext 108	CR 8 No 21 -67	www.hotelabadiaplaza.com
HOTEL MI CASITA	3339995	CI 25 No. 6 - 20 EL LAGO	www.hotelmicasitapereira.com
HOTEL SORATAMA	3358650	CR 7 No. 19-20	www.hotelsoratama.com
HOTEL SPA SAN SIMON	3334595	CLL 19 # 7-41	www.hotelsansimon.com
GRAN HOTEL	3359500-	CL 19 No.9-19	www.granhotelpereira.com
LUXOR PLAZA HOTEL	3258483-3258561	CI 24 No. 8-35	www.luxorplazahotel.com
LA RIVERA HOTEL	3254336	CLL 20 # 3-58	www.lariverahotel.com
HOTEL ZANDÚ	3244777-3451050	CII 17 No. 6-15	www.hotelzandu.com
HOTEL CAFEIRA	3358154- 3146303288- 3115480664	CL 18 NO. 5-48	www.hotelcafeira.com
HOTEL CASTELLON PLAZA	3450404	CL 24 NO. 9-33	
HOTEL CASTILLA REAL	3332192	CL 15 No. 12B-15	www.hotelcastillareal.com
HOTEL DE PEREIRA S.A.	3113300	CR 13 No 15- 73	www.movichhotels.com
HOTEL DON ALFONSO	3330909- 3127787839- 3113176704	cra 13 no. 12-37	www.hoteldonalfonso.com
ZI ONE LUXURY HOTELS	3339538- 3207973548- 3171300- 3103852458	cra 13 no. 12-28 / 46	www.zionehotels.com
HOTEL ANVAMAR-TOP DECK	3215871-3217547- 3170900-3449901	CR 21 No. 14-20 LOSALAMOS	www.topdeckhotel.com
APARTAHOTEL HABITAT	3236009	CI 14 No. 21-82	
HOTEL PINARES PLAZA	3353285	Av. Ricaute No. 9-20	www.hotelpinaresplaza.com
OPTIMUM HOTEL PEREIRA- MARAYA	3260635	AV. 30 AGOSTO 46-79	www.hotelmaraya.com
SAN ANTONIO DEL CERRO	3224818-3379599 - 3221112	KM. 1 VIA CERRITOS LA VIRGINIA	www.sanantoniodelcerro.com
HACIENDA CASTILLA	3379045	km 10 Via Cerritos	www.haciendacastilla.com
CASA DE HUESPEDES COMFAMILIAR GALICIA	3135666	km 11 Via Pereira cerritos sector galicia	www.comfamiliar.com
VISUS SPA HOTEL	3173006984 - 3170060-3303045	MALABAR VIA CERRITOS HACIENDA MALABAR CASA 2	www.hotelvisusspa.com
HOTEL CAMPESTRE EL PARAISO S.A.S	310 8241306- 3148903006	Km 3 Via La Virginia Viterbo Villa Argelia el Cairo	www.elparaisohotelcampestre.com
HACIENDA SAN JOSE	3132612		www.haciendahotelsanjose.com
HOTEL TERMALES DE SANTA ROSA	3645500-3137223795	CL 14 No 15-41	www.hoteltermales.com
TERMALES SAN VICENTE	3336157-3647718	Cr 13 No. 15-62	www.sanvicente.com.co
ECOHOTEL LA CASONA	3388143	KM. 6 VIA PEREIRA - ARMENIA	www.ecohotellacasona.com
HOTEL EL MIRADOR	3224818-3221112	km 11 via la romelia el pollo, sector san felix, complejo de servicios el mirador.	www.miradorhotel.com.co

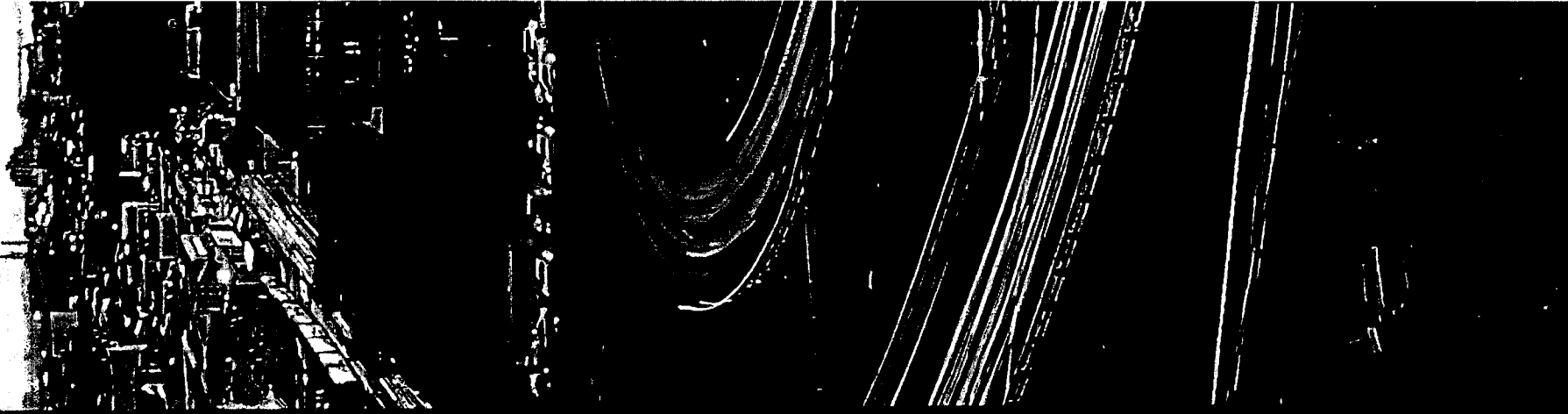
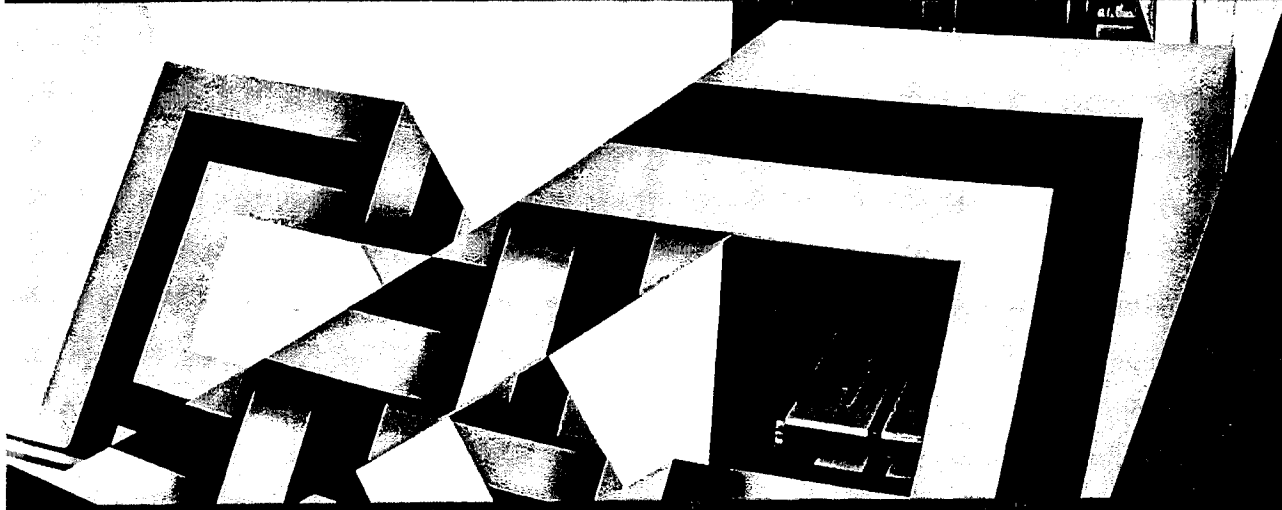
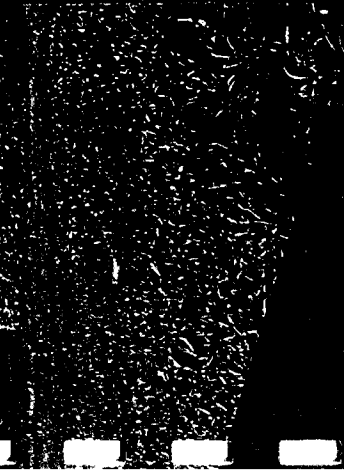
Pereira

Siente la Grandeza del Corazón de Colombia

Directorio de
HOTELES

 **COTELCO**
CAPÍTULO RISARALDA

Anexo 003:
Sobres Inversionistas Potenciales
1 Muestra



Invest in
Pereira
Agencia de Promoción de Inversión de
Risaralda

Anexo 005:
Pauta Revista fDi
1 hoja



PEREIRA

Among
TOP 10
mid-sized
american cities

with
Best FDI Strategy
FDI American Cities of
the Future 2013-2014



Invest in
Pereira
Agencia de Promoción de Inversión de
Risaralda

**Unbeatable location to
access markets and
human capital**

Access to 23 million
people (200 kms)
granting efficiencies of
**54% in logistics costs
and times**, thanks to
access to great multimodal
infrastructure.

**Highly qualified and
accessible human capital**

106,000 enrolled
college students, and
nearly 50,000 graduates.

Direct support in
selection and training
processes.

**All local institutions are
lined up into facilitating
investment in Pereira**

**World Class Landing
Spaces**



@investinpereira invest in pereira

www.investinpereira.com

info@investinpereira.com Tel. (57) 6 338 6693

Anexo 006:
Actas Reuniones ZFIP
12 hojas



**ZONA
FRANCA**
Internacional Pereira

REGISTRO DE ACTAS

CÓDIGO
FO-CL-13

F. APROBACIÓN
27/02/12

VERSIÓN
01

PÁGINA
1 de 4

Comité de Gerencia

Fecha: Octubre 28 de 2013	Acta No. 1	Pág. 1
Sitio de Reunión: Oficina de Gerencia	Hora Inicio: 11:00 a.m	Hora Final: 1:00 p.m
Asistentes:	Invitados:	
Gerente General, Daniel Eduardo Giraldo Salazar		
Directora Comercial, Ana María Álzate		
Asesora Comercial, Yohana Gómez		
Gerente General de Invest in Pereira, Natalia Guzmán		
Dir. Bureau Negociador Invest in Pereira, Pilar Álvarez Vélez		
N°	AGENDA	TIEMPO
1.	Visión estratégica 2014 Países/Eventos ZFIP e Invest in Pereira	

DESARROLLO DE LA REUNIÓN

El Dr. Daniel Eduardo Giraldo Salazar inicia la reunión informando a los asistentes, que después de haber hablado previamente con la Dra. Natalia Guzmán, Gerente General de La Agencia de Promoción de Inversión de Risaralda, sobre las falencias que hay en temas de comunicación entre las partes; informa que se pueden subsanar retroalimentando sobre las actividades de cada equipo. Razón por la cual se programó dicha reunión para fortalecer el vínculo estratégico y así mismo tratar temas de interés para el 2014.

En primer lugar el Dr. Daniel Eduardo Giraldo propone establecer una fecha, para realizar una reunión mensual o antes si algo extraordinario ocurre entre la Zona Franca Internacional de Pereira (de aquí en adelante ZFIP) y la Agencia de Promoción de Inversión de Risaralda. Teniendo en cuenta la disponibilidad de tiempo entre las partes se determinó tener la reunión el último viernes de cada mes, así mismo quedo programada la próxima cita para el 22 de Noviembre en las instalaciones de la Agencia, Cámara de Comercio de Pereira a las 7:30 a.m

En consecuencia El Dr. Giraldo solicita a la asesora comercial de la ZFIP Yohana Gómez realizar el acta cuando la reunión se lleve a cabo en las instalaciones de la ZFIP, donde también se especificaran los compromisos entre las partes.

Antes de dar inicio al tema el Dr. Giraldo le da la palabra a la Dra. Guzmán, quien relaciona la importancia de trabajar en equipo y valida la programación de las reuniones mensuales para eliminar los malos entendidos.

La Dra. Guzmán informa a los asistentes que se debe integrar la planeación estratégica de



**ZONA
FRANCA**
Internacional de Pereira

REGISTRO DE ACTAS

CÓDIGO
FO-CL-13

F. APROBACIÓN
27/02/12

VERSIÓN
01

PÁGINA
2 de 4

ambas entidades, para buscar una mejor complementación, aunque aclara que por parte de la agencia no existe una flexibilidad absoluta que les permita asistir a todas las misiones y eventos comerciales, ya que por ser una entidad con recursos públicos, requiere de previa aprobación de los mismo por parte de los directivos.

Frente los temas estratégicos analizar la Dra. Guzmán expone las conclusiones sobre los mercados latinoamericanos visitados en el presente año y así mismo argumenta cuales considera estratégicos para visitarlos de nuevo en el 2014.

Inicia su informe relacionando que en Argentina, existe un gran potencial en la ciudad de Buenos Aires particularmente en el sector de servicios (Call center). Lo califica como un país clave, el cual se debe visitar de nuevo en el 2014 con un nuevo enfoque industrial, con citas uno a uno, atacando de manera directa otras ciudades industriales del país. En cuanto a Chile, aunque tienen una buena dinámica a nivel internacional, no es fuerte en los sectores priorizados, una de las razones por las cuales la Dra. Guzmán no lo considera clave para una misión comercial.


Respecto a Brasil, las oportunidades de inversión en Colombia se han postergado, aunque es un gran mercado la Dr. Guzmán plantea que se debe analizar con calma para la misión 2014.

Frente al caso de Ecuador y Perú, que se han visitado en 2 oportunidades y se encuentran en un buen momento económico, son mercados que se deben seguir trabajando, pero se debe cambiar de estrategia para el 2014, adicionalmente no lo ve tan estratégico para realizar misión, la idea es seguir trabajando con los clientes que a la fecha se tienen contactados.

México, informa la Dra. Guzmán que viajará el 25 de Noviembre y visitará la ciudad de Monterrey, según su concepto, considera el mercado mexicano, potencial, sin embargo se debe explorar más ciudades para programar agenda en el 2014. Por otra parte, esta pendiente de enviar el listado de empresas por parte de la ZFIP. Adicionalmente el Dr. Daniel menciona algunas de las empresas que ya se tienen identificadas como potenciales como: MGR Delucio, Utility,

Frente a países como España- Portugal, los cuales cuentan con un foco demasiado amplio, se debe trabajar en los sectores estratégicos, frente a esto el Dr. Giraldo enfatiza en que se debe trabajar mucho más pero en agendas personalizadas.

Turquía, según los resultados de la misión en el 2013, se considera un país con un gran potencial y estratégico para trabajar en agendas en el 2014, Adicionalmente informa la Dra. Guzmán que mercados como Corea, Singapur, China son importantes para empezar a

 ZONA FRANCA Internacional de Pereira	REGISTRO DE ACTAS			
	CÓDIGO FO-CL-13	F. APROBACIÓN 27/02/12	VERSIÓN 01	PÁGINA 3 de 4

explorar, ya sea por los tratados de libre comercio y/o plataforma exportadora y productiva.

Dado a lo anterior la Dra. Guzmán dice, que lo más importante es siempre trabajar de la mano con Proexport pero sin limitarse.

Por otra parte, informa la Gerente de la agencia que se va a realizar una actualización en la propuesta de valor de los sectores estratégicos, frente a lo cual el Dr. Giraldo propone consolidar la oferta para contar con información a la medida para los inversionistas.

Dando continuidad con la visión estratégica para el 2014 informa la Dra. Guzmán que por parte de la agencia se priorizara mejor en misiones internacionales que en participación en eventos (stands).

En síntesis el Dr. Giraldo concluye que tanto la ZFIP como la agencia tienen una visión orientada en un 90% en los temas tratados, lo cual significa que hay alineación en cuanto las *Agendas y/o Misiones Internacionales* y en la *Propuesta Valor*.

Por lo tanto, continua el Dr. Giraldo relacionando la presentación sobre la inteligencia de mercado que preparo el área Comercial al equipo de Proexport para montar Estrategia – 2014.

El resultado del análisis fue el siguiente: España-Portugal, según el Dr. Giraldo no se asistirá en el 2014 a Seminarios de Inversión, sino que propone programar mejor agenda uno a uno y por otra parte aprovechar los inversionistas en Colombia de Portugal.

Turquía, País totalmente clave para visitar en el 2014, en particular la ciudad de Bursa y Estambul, ya que cuentan con un gran potencial en el sector textil y confecciones. El Dr. Giraldo propone, una nueva agenda con citas uno a uno y la realización de un seminario que permita demostrar las fortalezas de la región, para lo cual es clave el acompañamiento de la agencia.

Italia- Alemania, se anexaron debido a que se identificaron fuertes en los sectores estratégicos, además son remitidos por clientes de la ZFIP.

El Dr. Giraldo prosigue relacionando el estatus de las misiones comerciales de Latinoamérica: México, informa que se debe aprovechar un evento comercial y así mismo programar agenda uno a uno; lo identifica como un país clave

Brasil: para el 2014 Proexport tiene programado realizar la Semana de Inversión, solo se participara como asistentes, sin embargo, todo depende de la fechas que programen.



Perú-Ecuador: de acuerdo a los resultados de las misiones anteriores, esta vez es mejor traer los inversionistas, ya sea invitándolos a un evento en particular y/o programándoles agendas de acuerdo a sus intereses.

En cuanto Asia específicamente, Japón, China, Corea, India y Singapur, son Países con un gran potencial, en los sectores priorizados. En el caso de China, se tiene programado visitarlo como misión exploratoria y en cuanto el país de la India, fuerte en el sector textil, lo considera el Dr. Giraldo totalmente clave visitarlo.

Continuando con otro tema la Sra. Ana María Álzate, Directora Comercial de la ZFIP informa que debido a lo amplio que es el sector metalmecánico, el cual hace parte de los sectores estratégicos, se deben priorizar líneas de acción como: Buses-subpartes, motopartes y fabricantes de suministros eléctricos, donde la región ya tiene importantes fortalezas.

Por otro lado enfatiza la Sra. Alzate en la feria Colombiatex, informando a los asistentes que se debe participar con una estrategia muy agresiva, ya que es el evento más importante del año en el sector textil y confecciones. Dentro de la estrategia esta programado de nuevo el evento del desayuno empresarial.

Por otra parte propone el Dr. Giraldo a la Gerente de la agencia, editar el video de calidad de vida para guía del inversionista, ya que el que tienen según su perspectiva no es tan fuerte como podría ser; por consiguiente le presenta como ejemplo el video de la Asociación DEIK de Turquía para que lo tenga como referencia.

Continuando con otro asunto informa la Dra. Guzmán, que en las presentaciones que se les relaciona a los inversionistas se debe consolidar la información de ambas entidades, propone que la ZFIP venda más Régimen Franco y la Agencia ubicación.

A nivel general informa el Dr. Giraldo que la Directora de Recursos Humanos de la empresa SUTEX, estará en la ZFIP haciendo entrevistas y así mismo informa la Dra. Guzmán que la empresa argentina VALLÉ esta programada para visitar la ZFIP el 7 de noviembre.

En cuanto la empresa INPLASNU de España, se les envió un "Comparativo con la ciudad de Cali y se encuentra pendiente relacionarles información sobre costos de implantación; por solicitud del Dr. Giraldo se les debe escribir para informarles que se esta trabajando en el requerimiento (tarea ZFIP).

Continuando con otro asunto la Sra. Álzate plantea realizar un análisis de las empresas que ya fueron visitadas en las misiones - 2013 y de esta forma saber que seguimiento hacerles y definir responsables para su mantenimiento. Para lo cual se propone realizar una consolidación de las empresas, para retroalimentar el proceso de cada una.



**ZONA
FRANCA**
Internacional de Pereira

REGISTRO DE ACTAS

CÓDIGO
FO-CL-13

F. APROBACIÓN
27/02/12

VERSIÓN
01

PÁGINA
5 de 4

Para concluir en cuanto los pendientes el Dr. Giraldo solicita a la Sra. Gómez que envíe un formato de ficha técnica y ficha país a la Gerente de la agencia y a la Dra. Álvarez y adicionalmente le pide a la Sra. Álzate, programar al Sr. Jorge Hincapié para realizar capacitación sobre el manejo de la base de datos de SICEX en la agencia.

Para finalizar se establecen una serie de compromisos relacionados a continuación:

	COMPROMISOS	NOMBRE	PLAZO
1.	Relacionar Formato de Ficha Técnica- Ficha país	Yohana Gómez	1 semana
2.	Capacitación Sicex	Jorge Hincapié	1 semana
	EVALUACION DE LA REUNION		
PUNTUALIDAD: N.A			
PARTICIPACION	90%	MANEJO DE TIEMPO	N.A
ASISTENCIA	90%	RECIBO ACTA ANTERIOR	N.A.
CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS	N.A	INDICE DE RESPUESTA AL COMITÉ	N.A.
Elaborado por: Stephanie Montoya		LOGRO DE OBJETIVOS DE LA REUNION	N.A.
Cargo:	Secretaria-Recepcionista		

REUNIÓN MENSUAL

INVEST IN PEREIRA Y ZONA FRANCA INTERNACIONAL DE PEREIRA

Acta No. 002-2013

FECHA:

Noviembre 22 de 2013

LUGAR:

Hotel Movich Pereira

HORA:

7:30 a.m.

ASISTENTES:

NOMBRE	ENTIDAD	CARGO
Natalia Guzmán Sánchez	Invest in Pereira	Gerente
Pilar Alvarez Vélez	Invest in Pereira	Negociadora Internacional
Daniel E. Giraldo Salazar	Zona Franca Internacional de Pereira	Gerente General
Ana Maria Alzate Herrera	Zona Franca Internacional de Pereira	Directora Comercial
Yohana Gómez Zapata	Zona Franca Internacional de Pereira	Asistente Comercial
Eduardo Sanchez Lopera	Proexport	Director Eje Cafetero

ORDEN DEL DÍA:

1. *Revisión de Avance Agenda México*
2. *Discusión Estrategia Conjunta Colombiatex*
3. *Revisión de Estado de Cuentas Trabajadas Conjuntamente*
4. *Proposiciones y Varios*

DESARROLLO

1. *Revisión de Avance Agenda México*

Natalia Guzmán da inicio a la reunión retroalimentando a la Zona Franca Internacional de Pereira sobre las empresas propuestas por ellos para la agenda, según información enviada por la oficina comercial de Proexport en México, al mismo tiempo que comparte la agenda consolidada para la próxima semana. Daniel Giraldo sugiere mirar y revisar bien el tema de restricciones para productos mexicanos ingresar al mercado Colombiano y como plataforma de acceso a mercados con los que Colombia tiene acuerdos comerciales y TLC's. Sugiere tratar de conseguir cita con Shasa en México pues son grandes admiradores de Arturo Calle e invitarlos a Colombiatex. Al respecto Natalia Guzmán señala que el proceso de Shasa era más comercial, pero que se intentaría coordinar un momento de reunión con Francisco. Adicionalmente, desde Zona Franca se sugiere coordinar una cita con la Sra. Janet Lara, por su cercanía con el Centro Colombiano de la Confección, pero Eduardo Sanchez advierte que sería prudente dejar el tema quieto por los inconvenientes de dineros que se presentaron entre las empresas. De igual manera, la operación de la Sra. Janet Lara es netamente de representación comercial en Colombia.

Con el fin de contar con información de la Zona Franca para el desarrollo de la agenda, Natalia recuerda la necesidad de contar con el material con tiempo para poder llevarlo en las USB's. El material se hará llegar en la tarde del Viernes.

2. Discusión Estrategia Conjunta Colombiatex:

Con el fin de identificar muy bien los perfiles de las empresas que viajen a la ciudad de Pereira, y de tener el menor margen posible para que se filtren empresas que no tengan intenciones inversionistas, Proexport sugiere no cubrir el 100% del costo de su viaje a la ciudad, sino un porcentaje. De igual manera se decide no hacer desayuno ni patrocinio de conferencia, pues estas actividades terminarían siendo muy costosas y masivas, y por lo tanto se perdería el esfuerzo. En este sentido, se acuerda entonces:

- Costear los tiquetes a Pereira y los costos inherentes al desarrollo de la agenda (transporte, alimentación), y el empresario coordinará su estadía.
- Enviar invitación masiva a bases de datos a través de e-mail, sensibilizando sobre la importancia de Colombiatex y mencionando la agenda extendida. Para ello, Invest in Pereira coordinará el diseño para enviar a mediados de la semana siguiente.
- Gestionar una carta de invitación por parte de Proexport, Alcaldía de Pereira, Zona Franca Internacional de Pereira e Invest in Pereira, que se enviará personalmente a cada empresa que se quiera invitar a la agenda extendida. Dicho envío dependerá de obtener el borrador del comunicado por parte de Proexport (Carolina Hoyos), a quien Ana María Alzate llamará para solicitarle su pronto apoyo. Dicho comunicado irá firmado por el Sr. Alcalde y deberá ser enviado a más tardar la primera semana de Diciembre a los empresarios identificados.
- Ambas entidades harán un proceso fuerte de telemarketing para confirmar la recepción de las invitaciones y la participación a la agenda extendida en Pereira. Estas actividades se desarrollarán tanto en Diciembre como en Enero.

Con respecto a los aportes presupuestales, Zona Franca Internacional de Pereira enviará el presupuesto ajustado, frente a lo cual Natalia Guzmán menciona tener un presupuesto aproximado de 10 millones para el evento, cifra que Zona Franca

Internacional de Pereira pidió revisar para determinar si la participación podría ser mayor.

3. Revisión de Estado de Cuentas Trabajadas Conjuntamente:

- a. **Azkoyen:** Daniel Giraldo aclara que la empresa ya había obtenido luz verde de su junta directiva para 6000 m2, espacio que habían determinado según un estudio preliminar de mercado. Sin embargo, al aterrizar un poco más el tamaño real del mercado, el área que necesitarían sería menor, y por lo tanto el plan de negocios que presentaron inicialmente a la junta debió ser modificado y éste será presentado nuevamente para aprobación el 15 de diciembre, fecha en la cual se espera obtener el sí definitivo.
- b. **Polsan:** Ana Maria Alzate informa que sigue pendiente una información sobre certificados de origen por parte de la Zona Franca Internacional de Pereira y comparativo de fletes aéreos con lo cual Invest In Pereira apoyará (Turquía a México, Brasil y Perú).
- c. **Veritran:** Daniel Giraldo confirma que se encuentra cerrada la convocatoria por ahora pues ya contrataron personal para empezar a trabajar el 1 de diciembre. De igual manera confirma que los inconvenientes con la firma consultora ya fueron subsanados.
- d. **Faic:** Según anuncia Daniel Giraldo, la empresa está en proceso de calificación para ir a los bancos y empezar construcción en marzo.
- e. **Dinitextil:** Natalia Guzmán recuerda que está pendiente por parte de la Zona Franca Internacional de Pereira enviar un comparativo entre ellos y la Zona Franca de Rionegro e información sobre la planta de tratamiento utilizada en la Zona Franca Internacional de Pereira para poder enviar propuesta a la empresa..

- f. **Juan Montoya:** Natalia Guzmán se compromete a escribir un correo para confirmar si vendrá, con copia a Daniel Giraldo.
- g. **Tony Blair:** Daniel Giraldo confirma que la Zona Franca Internacional de Pereira está revisando la información que Natalia Guzmán les compartió.
- h. **Grupo Superior:** Invest In Pereira confirma que Zona Franca Internacional de Pereira está al tanto de la información que se le envió sobre el sector de alimentos.
- i. **S-Globals:** Natalia Guzmán anuncia visita de esta empresa española del sector de metalmecánica para la próxima semana, la agenda incluirá visita a la Zona Franca Internacional de Pereira.

4. Propositiones y Varios

Reunión Proexport - Agencias de Promoción de Inversión: En referencia a la reunión entre Proexport y las Agencias de Promoción Regionales a principios de semana en Bogotá, Natalia Guzmán comentó la coherencia de la estrategia conjunta, con las oportunidades identificadas por Proexport para el 2014, para cada uno de los sectores a los que Pereira le apuesta. Natalia Guzmán compartirá la segmentación por sectores y países que presentó Proexport en la reunión

SICEX: Zona Franca Internacional de Pereira coordinará para enviar a Jorge para compartir forma y formato de búsqueda en SICEX, para lo cual Pilar Alvarez confirma que se dispone de los jueves en la tarde y viernes todo el día.

Pauta fDi: Natalia Guzmán compartió pauta publicitaria que saldrá en la revista del Financial Times donde se incluye el logo de la Zona Franca Internacional de Pereira.

TAREAS PENDIENTES Y RESPONSABLES:

TAREA	RESPONSABLE	FECHA
Enviar resumen de la agenda de México a ZFIP	Natalia Guzmán	Noviembre 22
Enviar material de ZFIP para agenda en México	Johana Gomez	Noviembre 22
Enviar a IIP presupuesto aproximado ajustado de estrategia Colombiatex	Ana María Alzate	Noviembre 29
Diseño de artes para invitación masiva	Pilar Alvarez	Noviembre 27
Envío de invitación masiva	Invest in Pereira y Zona Franca	Noviembre 28
Gestionar comunicado de Proexport para revisión	Ana María Alzate	Noviembre 27
Revisión comunicado y firmas	Invest in Pereira y Zona Franca	Noviembre 29
Envío de Invitaciones personalizadas	Invest in Pereira y Zona Franca	Diciembre 2, 3, 4
Telemercadeo	Invest in Pereira y Zona Franca	Diciembre y Enero
Enviar información para Dinitextil	Ana María Alzate	Urgente
Enviar correo seguimiento Juan Montoya	Natalia Guzmán	Urgente

Definir interés de ZFIP en fondo de Tony Blair	Daniel Giraldo	Urgente
Enviar matriz de oportunidades de Proexport a ZFIP	Natalia Guzmán	Noviembre 22
Definir fechas para visita de Jorge a Invest in Pereira para apoyo en proceso de revisión de SICEX	Ana María Alzate	Pendiente

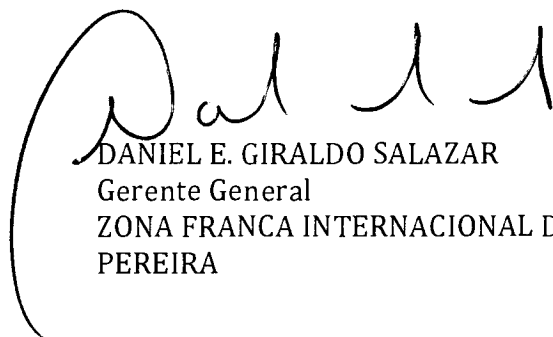
Sin ser más los temas tratados, se da por terminada la reunión a las 09:30 a.m.

Acta Elaborada por:
Pilar Alvarez Vélez

Acta Revisada por:
Natalia Guzmán Sánchez



NATALIA GUZMÁN SÁNCHEZ
Gerente
Invest in Pereira



DANIEL E. GIRALDO SALAZAR
Gerente General
ZONA FRANCA INTERNACIONAL DE
PEREIRA

Anexo 007:
Actualización de Indicadores
26 hojas

ACTUALIZACIÓN DE INDICADORES

1. Outsourcing

Respuesta a petición de información, para la empresa Outsourcing:

- Empresas de orden local y nacional de call center con sede en la ciudad de Pereira y posible interés de venta o fusión.

Empresa	Actividad economica	Pagina web
EMTELCO	De orden Nacional. Desde el año 2003 diseñan, desarrollan e implementan soluciones de contact center & BPO. (Ventas, Servicio al Cliente, Cobranzas, Mesa de Servicios, Back Office)	http://www.emtelco.com.co/index.php?option=com_k2&view=item&layout=item&id=56&Itemid=33&lang=es
SIESDA	De orden Nacional. Organización dedicada a la gestión del conocimiento en todas las áreas, involucrada en diferentes frentes de acción como Desarrollo de software, Soluciones de infraestructura tecnológica, Capacitación y Consultoría en procesos empresariales que integren soluciones de gestión de información.	http://www.siesa.com/siesa-pereira.html
PROFITLINE	De orden nacional. es una compañía dedicada a brindar soluciones de Outsourcing ó Tercerización de Procesos de Negocio brindado los siguientes servicios: <ul style="list-style-type: none"> • Outsourcing en Ventas y Servicio al Cliente • Trade Marketing y acompañamiento a Fuerzas de Ventas • Outsourcing de Recaudo de Cartera • Servicios tipo Back Office 	http://www.profitline.com.co/BPO_ProfitLine_ASP/103/81/60/empresas-bpo-pereira.html

	<ul style="list-style-type: none"> Arrendamiento de Software y Hardware en un ambiente AS 	
IQ OUTSOURCING	De orden Nacional. Compañía con 15 años de experiencia en la implementación de soluciones integrales para la gestión efectiva y segura de procesos transaccionales de información de grandes organizaciones pertenecientes a los sectores, financiero, salud, y telecomunicaciones.	http://www.iq-online.com/
INTUITEL S.A.S	De orden local. Proveedor de servicios de Call Center a través de la generación y recepción de llamadas, con calidad y profesionalismo soportado en personal altamente calificado, además de una plataforma tecnológica en permanente desarrollo con actualizaciones que garantizan la satisfacción y el pleno beneficio de sus clientes.	http://intuitel.com/em-presa.php
EFICACIA	De orden nacional. Compañía especializada en la entrega de soluciones efectivas que agregan valor a sus clientes, con Talento Humano Calificado en Servicios Integrales y Outsourcing.	http://www.eficacia.com.co/
G&G Consulting Group	De orden local. Es un grupo de Consultores y capacitadores empresariales, expertos en las áreas de Mercadeo y Ventas, Desarrollo Organizacional, Cuotas Partes Pensionales y Gerencia de Proyectos.	http://www.gygconsultinggroup.com/index.php?option=com_contact&view=contact&id=1&Itemid=118
DATABASE MARKETING CONSULTING	De orden local. Uso de Bases de datos para el diseño e implementación de campañas de mercadeo dirigidas.	http://www.dmccolombia.com/web/component?option=com_glossary/func,view/Itemid,14/c

		atid,3/term,Database+Marketing+Consulting/ N.A
DATACENTER S.A.	Call center y desarrollo de software.	
GLOBAL MANAGEMENT S.A.	De orden nacional. Compañía especializada en brindar soluciones integrales en outsourcing y procesos logísticos, certificada bajo la norma ISO 90001: 2008.	http://www.globalmanagement.com.co/

- Opciones inmobiliarias entre los 500mt2 y 1.000mt2, información adquirida a través de coldwellbanker.

Opción Nro. 1 Avenida 30 de Agosto.

Precio: **\$3.900.000**

Operación: **Arriendo**

Tipo: **Bodega**

Ubicación: **Avenida 30 de Agosto (Pereira)**

Numero MLS: **CBCORCCRCC59024**

Cuartos: **N/A**

Baños: **2**

Área: **500 Mts2**

Terreno: **N/A**

Estacionamientos: **N/A**

Opción Nro. 2 Avenida 30 de Agosto

Precio: **\$1.800.000.000 / \$25.000.000**

Operación: **Venta/Arriendo**

Tipo: **Local Comercial**



Invest in
Pereira
Agencia de Promoción de Inversión de
Risaralda

Ubicación: **Avenida 30 de Agosto (Pereira)**

Numero MLS: **CBCORCCRCC58559**

Cuartos: **N/A**

Baños: **3**

Área: **534 Mts2**

Terreno: **600 Mts2**

Estacionamientos: **15**

Opción Nro.3 Centro de la ciudad

Precio: **\$4.400.000**

Operación: **Arriendo**

Tipo: **Local Comercial**

Ubicación: **Centro (Pereira)**

Numero MLS: **CBCORCCRCC57686**

Cuartos: **N/A**

Baños: **2**

Área: **872 Mts2**

Terreno: **430 Mts2**

Estacionamientos: **N/A**

2. PriceSmart

Respuesta de requerimiento de información de la empresa PriceSmart:

1. Transporte de mercancía:

1.1. Zonas/horas de tránsito limitado o prohibido:



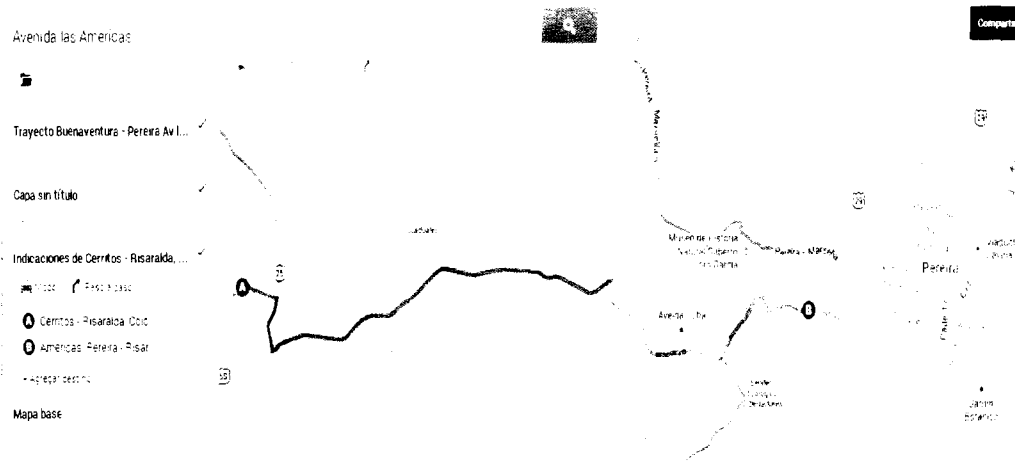
Invest in
Pereira
Agencia de Promoción de Inversión de
Risaralda

Según los ingenieros del Instituto Municipal de Tránsito y Transporte de Pereira, sobre la Avenida Sur o Avenida las Américas, no existe restricción para el tránsito de camiones o tractomulas, tampoco existe un horario determinado para el cargue o descargue de mercancía, ni límite de peso a cargar en el vehículo automotor por dicha avenida.

Sin embargo, se debe tener en cuenta que no se podrán parquear camiones, ni descargar o cargar mercancías sobre la Avenida las Américas, debe ser al interior de las instalaciones o un espacio reservado por la empresa

También se debe tener en cuenta que existe una restricción para el tránsito de camiones y tractomulas al interior de la ciudad de Pereira, por lo cual solo se podrá descargar o cargar para camiones o tractomulas en un horario estipulado de 7pm a 9am (19:00hr - 09:00hr. Excepto vías nacionales o vías que conecten a dichos recorridos, en este caso la Avenida las Américas, cuyo recorrido del Puerto más cercano (Buenaventura) deberá ser a través de la vía Cerritos, a través de la glorieta de Belmonte sobre la variante la Romelia - el Pollo, para tomar la vía que de Cuba (Paso obligado y permitido) comunica a la Avenida las Américas.

1.2. Trayecto Avenida las Américas: para mayor claridad ver el siguiente mapa:



Para mayor información visite el siguiente link:

https://mapengine.google.com/map/edit?mid=zylzQTVP7Gpg.kv4Fu88Ex9_s

1.3. Documentación se requiere para el transporte de mercancía en Pereira

El Instituto Municipal de Tránsito y Transporte de Pereira, se apoya en el INVIMA (Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos de Colombia), a través de la Secretaría de Salud Departamental de Risaralda, para revisar las condiciones de higiene y sanidad de vehículos que transportan perecederos como materia prima, cuando dichos camiones llegan durante una visita de inspección a una planta productora.

Según el Sr. José Leonardo Hernández, coordinador del INVIMA para el Eje Cafetero, no hay regulación a cerca de la lista de documentos que se deben portar para el transporte de perecederos. Ya que, Pricemart es quien pone las condiciones en las cuales quiere que se transporte la mercancía que va a comprar.

2. Requerimientos para la apertura

La puesta en marcha de un negocio como Pricemart, debe cumplir con algunos requisitos particulares a la actividad que realiza, según la Cámara de Comercio de Pereira, por ello se anexan los siguientes documentos:

- Recomendaciones generales
- Información cafeterías y restaurantes
- Información depósito de alimentos
- Información derivados cárnicos
- Información tiendas y estanquillos
- Productos de la pesca, carne, huevos, etc.

2.1. Ubicación: el Plan de Ordenamiento Territorial indica qué uso se le puede dar a los predios de cada municipio, por lo tanto con el sólo hecho de cumplir con este pre requisito se obtiene, el permiso para operar con la actividad económica registrada, en este caso para instalar una gran superficie.

2.2. Permisos

- Bomberos: En cuanto a bomberos, en el momento en el que se registra la empresa en la Cámara de Comercio de Pereira, a través de la ventanilla única, se le notifica a bomberos de esto para que visiten la empresa.
- Manipulación de alimentos: vigila el INVIMA (Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos de Colombia), a través de su seccional para el Eje Cafetero, ubicado en la ciudad de Armenia.

A continuación podrá encontrar mayor información acerca de la normatividad, sobre todo en caso de ser importador directo.

Normatividad Alimentos - INVIMA

http://www.invima.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=606&Itemid=139

Normatividad Bebidas alcohólicas - INVIMA

http://www.invima.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=612&Itemid=177

Datos de contacto INVIMA - Eje Cafetero
Sr. Ricardo Vera Castro - Sra. Martha Lorena

Teléfonos 6 -7414604/ 7414624

- Licores

- En caso de ser importador directo: debe dirigirse al Decreto 1686 de agosto 09 de 2012; por el cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que se deben cumplir para la fabricación, elaboración, hidratación, envase, almacenamiento, distribución, transporte, comercialización, expendio, exportación e importación de bebidas alcohólicas destinadas para consumo humano. Información otorgada por la División Gestión de la Operación Aduanera de la DIAN Pereira, Dirección Seccional de Impuestos y Aduanas de Pereira.

Paola Andrea Henao Grisales - phenaog@dian.gov.co Tel. (6)3142673 - (6)3142718

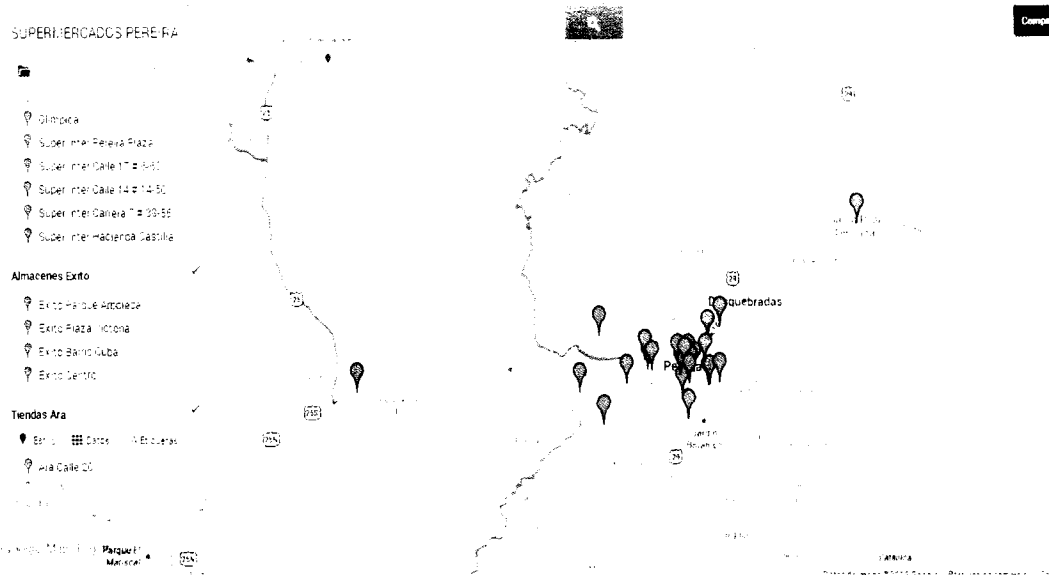
Adicionalmente, al salir de la bodega o centro de acopio de distribución con la estampilla de la ciudad destino.

- En caso de ser distribuidor: La empresa deberá realizar los trámites para la obtención de estampillas en la Gobernación de Risaralda. El trámite depende de diversas variables, por ejemplo según el tamaño del licor, el tipo de envase, el contenido, etc. Por lo cual, se recomienda hacer una consulta directa en la Secretaria de Hacienda del Departamento, por medio de la Sra. Aura María de la dirección de fiscalización y gestión de ingresos, por medio del teléfono 3398300 extensión 244.

3. Principales supermercados en el Área Metropolitana Centro de Occidente de Pereira (Pereira, La Virginia, Dosquebradas).

- 3.1. Principales jugadores:** La 14 Centro Comercial, Jumbo, Makro, Alkosto Pereira, Mercamas, Mercayá, Olímpica, Super Inter, Exito, Ara.

3.2. Ubicación de los principales supermercados y grandes superficies en el AMCO (Área Metropolitana Centro de Occidente de Pereira).



Favor remitirse al siguiente link:
https://mapsengine.google.com/map/edit?mid=zqDjobLaKsG8.k3d_f2qdHkUk

4. Señora Norha Peña

Respuesta de requerimiento de información a la Señora Norha, interesada en la instalación de un hotel auto sostenible en la ciudad de Pariera.

- Régimen ingreso inversión extranjera a Colombia

1. Hay libertad para realizar operaciones en moneda extranjera con no residentes y libre convertibilidad de las divisas, pero existe obligación de información al Banco de la República (que es el banco central de Colombia) y, por lo tanto, algunas operaciones tienen la obligación de realizarse a través del mercado cambiario, esto es, de intermediarios autorizados o de cuentas de compensación.

2. Las operaciones de inversión extranjera en Colombia y colombiana en el exterior, endeudamiento externo, otorgamiento de avales y garantías en moneda extranjera deben, además, registrarse o informarse a la misma entidad.
3. Solamente la inversión extranjera en Colombia, debidamente registrada ante el Banco de la República, otorga al inversionista derechos cambiarios para repatriar y reinvertir el producto de su inversión.
4. Los residentes colombianos pueden obtener endeudamiento externo por parte de cualquier no residente. Hay deber del residente de inscribir al no residente en el Banco de la República, a través de los intermediarios del mercado cambiario.
5. Las obligaciones derivadas de operaciones sujetas a registro e información no pueden ser compensadas entre sí ni con otro tipo de obligaciones.

- Derechos cambiarios de la inversión extranjera en Colombia

La inversión extranjera debidamente registrada ante el Banco de la República confiere al inversionista los siguientes derechos cambiarios:

- Remitir al exterior las utilidades que generen las inversiones registradas.
- Reinvertir las utilidades que generan las inversiones registradas.
- Remitir al exterior las sumas recibidas como producto de: (i) la enajenación de la inversión dentro del país; (ii) la liquidación de la empresa o portafolio; o (iii) la reducción del capital de la sociedad.
- La regulación distingue entre las inversiones directas y las inversiones de portafolio o financieras.

http://www.proexport.com.co/sites/default/files/guia_legal_2013_jul_0.pdf

- Procedimiento ingreso inversión extranjera a Colombia

En Colombia existe un régimen cambiario reglamentado mediante la Circular Reglamentaria Externa DCIN 83, Decreto 2080 de 2000 y el Decreto 1735 de 1993. De conformidad con estas normas toda inversión extranjera se debe registrar ante el Banco de la República, con el fin de acceder a los derechos cambiarios.

Para registrar la inversión extranjera ante el Banco de la República, el inversionista deberá diligenciar el formulario que corresponda, de acuerdo con la transacción. Con el fin de obtener información más detallada al respecto, le sugerimos consultar el capítulo 2do de cambios internacionales, página 19 y siguientes, al cual puede acceder en el siguiente link: <http://www.inviertaencolombia.com.co/publicaciones/marco-legal.html>

Igualmente, en razón al carácter técnico de este asunto, le sugerimos que el inversionista cuente con el acompañamiento de una firma asesora experta en temas cambiarios, para lo cual puede consultar el Directorio de Servicios Legales de Proexport Colombia, que contiene un catálogo de firmas de abogados expertas, al que puede acceder en el siguiente link

<http://www.inviertaencolombia.com.co/publicaciones/directorio-de-servicios-legales.html>

- **Conexiones áreas desde Colombia hacia el Norte de Europa.**

Pereira - Panamá	Europa
	París, Aeropuerto Charles De Gaulle (CDG)
	Holanda, Ámsterdam
	Puerto España, Aeropuerto Internacional Piarco (POS)
Pereira - Bogotá	Europa
	Frankfurt, Aeropuerto Internacional Frankfurt (rhein-main) (FRA)
	Madrid, Aeropuerto Barajas (MAD)

- **Creación de empresas en Colombia**

Debe visitar la página Crear Empresa, la cual le indica paso a paso los procedimientos para llevar a cabo la constitución de una empresa o sociedad en Colombia, a través de sus pasos consulte, diligencie y formalice.

<http://www.crearempresa.com.co/General/Home.aspx>

- **Ofertas inmobiliarias**

Se presentaron nueve (9) opciones inmobiliarias, para la adecuación del hotel auto sostenible, en áreas como: Cerritos, Altagracia, Santa Rosa de Cabal, Combia.

5. Footprints

Información adquirida adicional, para dar respuesta a la empresa turística.

Movimiento de pasajeros Eje Cafetero

1.5 millones de Pasajeros

- 87,2% Nacionales
- 14,6% Internacionales

Ciudad	Enero - Diciembre 2012	Nacional	Internacional	% Pasajeros procedencia Nacional	% Pasajeros procedencia Internacional
Pereira	988.199	849.072	139.127	85,92	16,39
Armenia	323.779	270.156	53.623	83,44	19,85
Manizales	195.613	195.613	0	100	0
Eje Cafetero	1.507.591	1.314.841	192.750	87,21	14,65

**Departamento/ Región Destino De Viajeros Internacionales En Colombia
2009-2012**

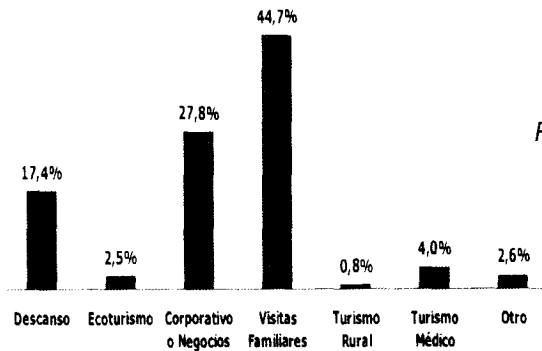
Invest in Pereira

Agencia de Promoción de Inversión de

Risaralda

Ciudad	2009	2010	% Part. 2010	% Var. 2010/2009	2011	2012	% Part. 2011	% Part. 2012.
1 Bogotá	692.826	754.960	51,2%	9,0%	861.725	903.657	54,5%	53,4%
2 Cartagena	155.264	169.100	11,5%	8,9%	177.861	206.066	11,2%	12,2%
3 Medellín	143.093	163.120	11,1%	14,0%	151.466	166.391	9,6%	9,8%
4 Cali	98.060	113.146	7,7%	15,4%	109.484	112.278	6,9%	6,6%
5 Barranquilla	50.872	52.647	3,6%	3,5%	53.697	51.917	3,4%	3,1%
6 San Andrés	47.550	48.633	3,3%	2,3%	46.277	51.590	2,9%	3,0%
7 Cúcuta	15.928	16.509	1,1%	3,6%	20.209	26.981	1,3%	1,6%
8 Santa Marta	17.078	18.128	1,2%	6,1%	20.437	22.429	1,3%	1,3%
9 Bucaramanga	23.009	23.961	1,6%	4,1%	22.997	21.496	1,5%	1,3%
10 Pereira	15.878	16.510	1,1%	4,0%	15.691	18.080	1,0%	1,1%
11 Maicao	3.164	3.363	0,2%	6,3%	3.172	7.747	0,2%	0,5%
12 Pasto	13.753	2.550	0,2%	-81,5%	3.848	7.478	0,2%	0,4%
13 Armenia	5.936	6.676	0,5%	12,5%	7.568	7.378	0,5%	0,4%
14 Ipiales	6.511	7.175	0,5%	10,2%	6.320	7.002	0,4%	0,4%
15 Manizales	5.004	5.651	0,4%	12,9%	6.233	6.152	0,4%	0,4%
16 Valledupar	3.484	3.916	0,3%	12,4%	4.293	4.551	0,3%	0,3%
17 Ibagué	2.919	3.606	0,2%	23,5%	3.756	3.812	0,2%	0,2%
18 Popayán	1.471	1.802	0,1%	22,5%	1.997	3.207	0,1%	0,2%
19 Villavicencio	2.198	2.406	0,2%	9,5%	2.889	3.117	0,2%	0,2%
Resto	49.762	61.025	4,1%	22,6%	62.190	61.493	3,9%	3,6%

Contexto Turismo en Pereira y Risaralda



Fuente: Cámara de Comercio de Pereira

Motivaciones de desplazamiento

Atractivos naturales 27.7%

Histórico cultural es preferido por el 26.8%

Actividades recreativas con el 20.1%.

Oferta Hotelera

PORCENTAJE URBANOS DE OCUPACIÓN AÑO 2012		
PORCENTAJE DE OCUPACIÓN	AÑO 2012	TARIFA PROMEDIO
ENERO	45%	\$160.904
FEBRERO	47%	\$158.630
MARZO	49%	\$144.792
ABRIL	45%	\$150.235
MAYO	45%	\$132.678
JUNIO	50%	\$147.773
JULIO	52%	\$138.587
AGOSTO	56%	\$137.571
SEPTIEMBRE	48%	\$131.501
OCTUBRE	58%	\$145.934
NOVIEMBRE	67%	\$148.423
DICIEMBRE	39%	\$130.662

50.08% Ocupación hotelera urbana 2012 en **Risaralda**

Teniendo los mayores índices de ocupación en meses de temporada baja.

Paisaje Cultural Cafetero

46.4% Ocupación hotelera **US\$82.3** Tarifa Promedio

PORCENTAJE RURAL DE OCUPACIÓN AÑO 2012		
PORCENTAJE DE OCUPACIÓN	AÑO 2012	TARIFA PROMEDIO
ENERO	41%	\$169.621
FEBRERO	35%	\$130.386

Invest in
Pereira
 Agencia de Promoción de Inversión de
Risaralda

MARZO	31%	\$166.782
ABRIL	31%	\$179.064
MAYO	33%	\$144.572
JUNIO	34%	\$177.189
JULIO	39%	\$173.343
AGOSTO	36%	\$158.479
SEPTIEMBRE	36%	\$120.605
OCTUBRE	39%	\$127.452
NOVIEMBRE	49%	\$122.680
DICIEMBRE	38%	\$146.472

36.88% Ocupación hotelera Rural 2012 en **Risaralda**

Nro. de Hoteles	Nro. de habitaciones	Nro. de Camas
Hoteles Afiliados a Cotelco Risaralda		
30	1041	2055
Hoteles No Afiliados		
28	725	1323
TOTAL RISARALDA		
58	1766	3378

Fincas Agremiadas	
Número de fincas	Capacidad Máxima de acomodación
23	950

Fuente: Cotelco Risaralda 2013

6. Meetings Cartagena

Parte de la información recaudada, para el material promocional del evento turístico.

Información general del destino

Ubicación

El municipio de Pereira, se encuentra en el centro occidente del país, específicamente a 4°48'30.51" de latitud norte y a 75°41'52.08" de longitud oeste, en la región sur-oriental del departamento de Risaralda, en la vertiente occidental de la cordillera central, cuyas laderas descienden principalmente hacia el río Cauca. Limita al norte con el municipio de Dosquebradas, al sur con el departamento del Quindío, al este con el departamento del Tolima y al oeste con el Valle del Cauca.

- **Temperatura Promedio 21°**
- **Área Pereira: 702 km²**
- **Área Risaralda: 4.140 km²**

Fuente: Estadísticas Ambientales Municipales, Municipio de Pereira. CARDER.
<http://www.carder.gov.co/SIAE/pereira.php>

Población

- **Tamaño de la población**

*Pereira es la ciudad más poblada de la región del Eje Cafetero, cuenta con **462.209** habitantes. Su área metropolitana (AMCO - Área Metropolitana Centro de Occidente) comprende además los municipios de La Virginia y Dosquebradas, sumando **687.041** habitantes. El departamento de Risaralda, del cual Pereira es su capital, tiene **935.910** habitantes.*

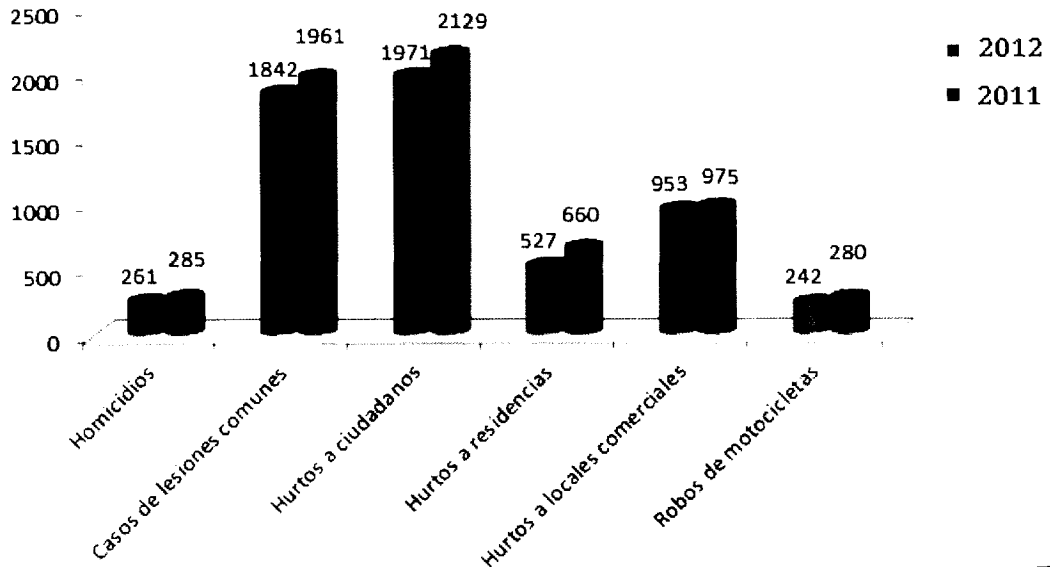
Fuente: proyección DANE 2012, Censo 2005

Seguridad

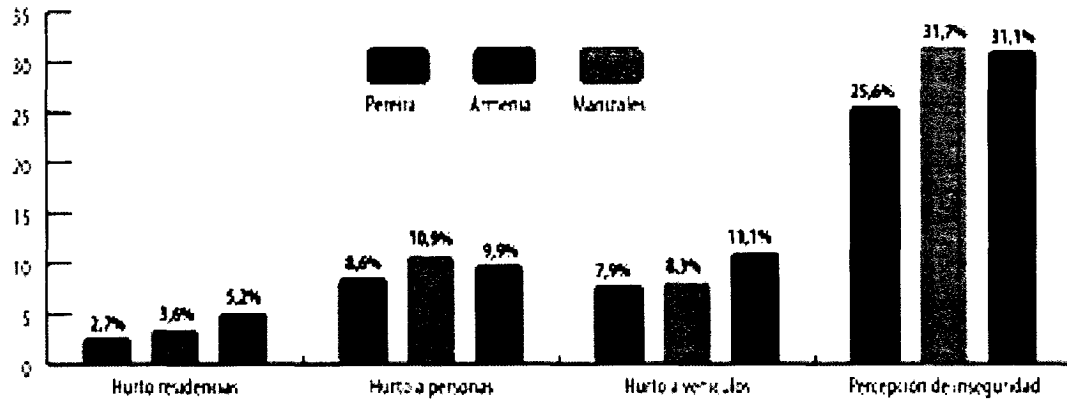
a. Cifras de seguridad sobre el municipio y el departamento

Delitos que afectan la convivencia y seguridad ciudadana:		Reducción índices de inseguridad	
Año	2012	2011	2011 -2012
Homicidios	261	285	8%
Casos de lesiones comunes	1842	1961	6%
Hurtos a ciudadanos	1971	2129	7%
Hurtos a residencias	527	660	20%
Hurtos a locales comerciales	953	975	2%
Robos de motocicletas	242	280	14%

Delitos que afectan la convivencia y seguridad ciudadana: 2011 - 2012
Pereira



Víctimas de hurtos y percepción de seguridad en las tres capitales del Eje Cafetero 2013



Fuente: Policía Metropolitana de Pereira en 2012. Elaboración propia.

Fuente: Diario del Otún 2013.

Calidad de vida

- 3ra ciudad con la mejor calidad de vida en Colombia
 - o 2da ciudad donde los ciudadanos se sienten más seguros
 - o 3ra ciudad con mayor satisfacción según el medio de transporte que usan
- Fuente: Red de ciudades Cómo vamos/ Percepción ciudadana sobre la calidad de vida en 10 ciudades de Colombia.

2. Infraestructura

a. De Centro de Convenciones y EXPOFUTURO

Expofuturo

Pabellón Es un espacio moderno apto para ferias, exposiciones, convenciones, conciertos, entre otros. Cumple con estándares de ventilación, acústica e iluminación aprovechando la luz natural Cuenta con un área de 2.400 m², con una capacidad para 5.000 personas tipo auditorio y 8.000 personas de pie y para fiesta 1.500 personas con mesas y sillas. Su interior conforma un gran espacio libre que permite con facilidad la adecuación de 250 stands feriales dependiendo del tamaño de cada uno.

- **SALÓN DE CONFERENCIAS:** Destinado a la realización de eventos académicos, conferencias, cursos especiales, talleres, seminarios, lanzamientos de productos y fiestas privadas. Cuenta con un área de 500 m², con capacidad para 450 personas en auditorio, 250 en escuela o parlamento, 350 personas para eventos especiales con mesas redondas y sillas, 180 en U y 750 personas de pie.
- **SALONES AUXILIARES:** Dos salones programados para la realización de centro de negocios, rueda de prensa o salas VIP. Cuenta con un área de 50 m², con capacidad para 35 personas en auditorio, 50 personas de pie y 15 en escuela o parlamento.
- **PLAZOLETA:** Área descubierta en la cual se pueden realizar eventos con excelentes condiciones de comodidad, para el expositor y el público. Puede ser utilizado para conciertos, eventos lúdicos, festivales gastronómicos, eventos deportivos, entre otros.

Cuenta con un área de 3.000 m² adoquinados, con capacidad para 12.000 personas en concierto y 1.800 en fiesta con mesas y sillas.

Capacidad parqueadero:

- 200 Vehículos
- 30 motos
- Proyecto Centro de Convenciones y Exposiciones de Pereira

	Recinto	áreas (m2)	[\$/m2]
CENTRO DE CONVENCIONES Y EXPOSICIONES DE PEREIRA PROYECTADO	Centro de convenciones	6.000	4.018
	Pabellón	2.700	2.178
	Salón auxiliar	50	3.317
	Salón de conferencias	500	3.317
	Salones comisiones (5)	60.52	4.997
	Plazoleta	3.000	802

b. Demás lugares para hacer eventos: Santiago Londoño, Lucy tejada, etc.

Salones para la realización de conferencias en Pereira

SALONES CONFERENCIAS - AUDITORIOS

Establecimiento	Cantidad	Capacidad
Hoteles Afiliados	51	4010
	4 salones	365
Cámara de Comercio de Pereira	1 Auditorio - Teatro	316
Centro Cultural Lucy Tejada	1 Auditorio	394
Teatro Santiago Londoño	1 Teatro	832
	Pabellon	5000 tipo auditorio
Centro de Convenciones Expofuturo	3 salones	520 auditorio

Fuente: Cotelco Risaralda 2013¹.

Teatro Santiago Londoño

- SALA DE EXPOSICIÓN: Carlos Drews Castro, donde se realizan constantemente eventos de artistas regionales y nacionales.
- SALA PRINCIPAL: Con capacidad para 832 personas, cuenta con una altura de 6 metros de boca y un ancho de 16 metros en boca, escenario con 3 barras de luces, sistema de sonido y una acústica especial que permite una fidelidad vocal sin amplificación de un 90% en onda reflejada del centro del escenario a última fila.
- TEATRO DE CAMARA: Capacidad de 130 sillas. Equipado de sonido, luces y video been.

Centro Cultural Lucy Tejada

- **Salón De La Ciudadanía:** Amplio salón de 800 mt2 para realizar muestras empresariales, ferias o eventos de 500 personas ubicado en el primer piso.
- **Teatro - Auditorio:** Un recinto que permite la realización de múltiples eventos como congresos, seminario, conferencias presentaciones culturales y eventos de empresas.

¹ Ver Anexo 1: Desglose capacidad para atención de reuniones, principales hoteles de Pereira, Teatro y Centro de Exposiciones de Pereira.

- Capacidad 392 sillas.
- Dotado con una excelente acústica que le permite mejor audición.
- Aire acondicionado.
- Pantalla Gigante.
- Proyección de cine cultural e infantil
- **Salones De Concertación Para Eventos:** Dos salones ubicados en el 2ª piso.
 - Dotación con una excelente acústica que le permite Mejor audición.
Capacitación de 45 sillas cada uno.
 - Aire acondicionado.
 - Expógrafo.
 - Pantalla para proyección.
- **Talleres Para Eventos:** Dos salones ubicados en el piso sub. 1, para montaje de eventos exposiciones de productos y servicios. Área salón 140 m2.
- **Exporampa:** Un lugar especial para realizar exposiciones artísticas o promocionales de productos y servicios. Se inicia en el salón de la Ciudadanía el nivel sub 1 y continua hasta el cuarto piso.

3. Experiencia en turismo de reuniones

En la ciudad de Pereira, se han desarrollado congresos, convenciones, asambleas, ferias y exposiciones de gran importancia durante los últimos tres años, lo cual le ha permitido a la ciudad de Pereira y al departamento de Risaralda crecimientos y transformaciones significativas en pro del desarrollo y fortalecimiento del sector turístico. Algunos de los eventos MICE (Meetings, Incentives, Congress, Events) desarrollados en Pereira son:

- Exposición Nacional de Orquídeas
- Eje Motor
- Congreso Internacional del Agua

- Congreso Internacional de Disposición Final de Residuos y Perspectivas Ambientales
- Eje Moda
- Congreso Internacional de Transporte Masivo
- Expocamello
- Foro Colombiano de la Micro y Pequeña Empresa
- Congreso Internacional de Cambio Climático
- Congreso Internacional Energías Renovables y Primera Muestra Nacional de Energía Solar
- Asamblea Nacional ANDI

4. Oferta turística

a. PRODUCTOS SEGÚN PLAN MAESTRO

- i. Ecoturismo
 - ii. Turismo de Aventura
 - iii. Turismo de Compras y Entretenimiento
 - iv. Turismo Histórico - Cultural
- Oferta turística de Pereira y Risaralda
 - Áreas protegidas
 - Volcán Nevado de Santa Isabel
 - Laguna del Otún
 - Parque Regional Natural Barbas Bremen
 - Parque Regional Natural Ucumarí
 - Río Otún
 - Parque Nacional Natural Los Nevados
 - Santuario de Fauna y Flora Otún Quimbaya
 - **Recursos turísticos**
 - Ciudad Victoria
 - Parque Salado de Consotá
 - Parque Temático de Flora y Fauna



Invest in
Pereira
Agencia de Promoción de Inversión de
Risaralda

- Calle de la Fundación
 - Museo de la Catedral
 - La oferta artesanal
 - Oferta Cultural y Educativa
- **Sitios de interés**
- Parque el Lago
 - Plaza de Bolívar
 - Zona Rosa Av. Circunvalar
 - Parque Metropolitano del Café
 - Zoológico Matecaña
 - Jardín Botánico UTP
 - Jardín Botánico Humboldt
 - Termales en Santa Rosa de Cabal
 - Casa de la Cultura y Jardín Botánico en Marsella
 - Parapentismo en Apia
 - Comfamiliar Risaralda
- **Centros comerciales**
- Centro Comercial Estación Central
 - Centro Comercial Alcides Arévalo
 - Centro Comercial Bolivar Plaza
 - Centro Comercial Regional Ciudad Victoria
 - Uniplex
 - Centro Comercial Pereira Plaza
 - Parque Arboleda Centro Comercial
 - Centro Comercial la 14
 - Centro Comercial Unicentro
- **Producto histórico - cultural**
- Museo de Arte de Pereira
 - Teatro Santiago Londoño

- Centro Cultural Lucy Tejada
- Bibliotecas
 - Biblioteca Banco de la República
 - Biblioteca Pública Nacional
 - Biblioteca Cardenal Darío Castrillón Hoyos
 - Biblioteca Jorge Roa Martínez, Universidad Tecnológica de Pereira
 - Biblioteca Fundación Universitaria del Área Andina
 - Biblioteca Colombo Centro Americano de Pereira
- Instituciones de educación superior
 - Universidad Tecnológica de Pereira
 - Universidad Católica de Pereira
 - Universidad Libre – Seccional Pereira
 - Fundación Universitaria del Área Andina
 - Corporación Instituto de Administración y Finanzas
 - Corporación Universitaria Centro Técnico Arquitectónico
 - Corporación Universitaria Santa Rosa de Cabal

Oferta Hotelera con infraestructura para la atención de eventos

HOTELES			
CENTRO	TELEFONO	DIRECCIÓN	PAGINA WEB
HOTEL ABADIA PLAZA	3358398 ext 108	CR 8 No 21 -67	www.hotelabadiaplaza.com
HOTEL MI CASITA	3339995	Cl 25 No. 6 - 20 EL LAGO	www.hotelmicasitapereira.com
HOTEL SORATAMA	3358650	CR 7 No. 19-20	www.hotelsoratama.com
HOTEL SPA SAN SIMON	3334595	CLL 19 # 7-41	www.hotelsansimon.com
GRAN HOTEL	3359500-	CL 19 No.9-19	www.granhotelpereira.com
LUXOR PLAZA	3258483-	Cl 24 No. 8-35	www.luxorplazahotel.com



Invest in Pereira

Agencia de Promoción de Inversión de

Risaralda

HOTEL	3258561		
LA RIVERA HOTEL	3254336	CLL 20 # 3-58	www.lariverahotel.com
HOTEL ZANDÚ	3244777- 3451050	Cll 17 No. 6-15	www.hotelzandu.com
HOTEL CAFEIRA	3358154- 3146303288- 3115480664	CL 18 NO. 5-48	www.hotelcafeira.com
HOTEL CASTELLON PLAZA	3450404	CL 24 NO. 9-33	
HOTEL CASTILLA REAL	3332192	CL 15 No. 12B- 15	www.hotelcastillareal.com
HOTEL DE PEREIRA S.A. 891.408.848-4	3113300	CR 13 No 15- 73	www.movichhotels.com
HOTEL DON ALFONSO	3330909- 3127787839- 3113176704	cra 13 no. 12-37	www.hoteldonalfonso.com
ZI ONE LUXURY HOTELS	3339538- 3207973548- 3171300- 3103852458	cra 13 no. 12-28 / 46	www.zionehotels.com
HOTEL ANVAMAR- TOP DECK	3215871- 3217547- 3170900- 3449901	CR 21 No. 14-20 LOSALAMOS	www.topdeckhotel.com
APARTAHOTE L HABITAT	3236009	Cl 14 No. 21-82	
HOTEL PINARES PLAZA	3353285	Av. Ricaute No. 9-20	www.hotelpinaresplaza.com
OPTIMUM HOTEL	3260635	AV. 30 AGOSTO 46-79	www.hotelmaraya.com



Invest in
Pereira
Agencia de Promoción de Inversión de
Risaralda

PEREIRA-MARYA			
SAN ANTONIO DEL CERRO	3224818-3379599 - 3221112	KM. 1 VIA CERRITOS LA VIRGINIA	www.sanantoniodelcerro.com
HACIENDA CASTILLA	3379045	km 10 Via Cerritos	www.haciendacastilla.com
CASA DE HUESPEDES COMFAMILIAR GALICIA	3135666	km 11 Via Pereira cerritos sector galicia	www.comfamiliar.com
VISUS SPA HOTEL	3173006984 - 3170060-3303045	MALABAR VIA CERRITOS HACIENDA MALABAR CASA 2	www.hotelvisusspa.com
HOTEL CAMPESTRE EL PARAISO S.A.S	310 8241306-3148903006	Km 3 Via La Virginia Viterbo Villa Argelia el Cairo	www.elparaisohotelcampestre.com
HACIENDA SAN JOSE	3132612		http://www.haciendahotelsanjose.com/es/inicio.html
HOTEL TERMALES DE SANTA ROSA	3645500-3137223795	CL 14 No 15-41	www.hoteltermales.com
TERMALES SAN VICENTE	3336157-3647718	Cr 13 No. 15-62	www.sanvicente.com.co
ECOHOTEL LA CASONA	3388143	KM. 6 VIA PEREIRA - ARMENIA	www.ecohotellacasona.com
HOTEL EL MIRADOR	3224818-3221112	km 11 via la romelia el pollo, sector san felix, complejo de servicios el mirador.	www.miradorhotel.com.co

Anexo 008:
Seguimiento Inversionistas Potenciales
5 hojas

	POTENCIALES	NUEVO	PEREIRA	ZFIP	INTERES	PROEXPOR T	SECTOR	MERCADO
1	SUTHERLAND		X	X	A	X	BPO	ESTADOS UNIDOS
2	BYD		X	X	A	X	METALMECANICA	JAPON
3	GARCÍA DOBLAS	X	X	X	A		METALMECANICA	ESPAÑA
4	GUILLAUME LETARTRE		X	X	A		METALMECANICA	FRANCIA
5	GRUPO GLORIA - ALGARRA				A	X	OTRO	PERU-COLOMBIA
6	GRUPO INDUKERN		X	X	B		OTRO	VENEZUELA
7	V&G BIOWORLD		X	X	B		OTRO	BELGICA
8	GLORY GROUP OF COMPANIES	X	X	X	B		TEXTILES Y CONFECCIONES	INDIA
9	JOSE MARÍA PEIRO	X	X	X	A		METALMECANICA	ESPAÑA
10	WIPRO	X				X	BPO	ESTADOS UNIDOS
	AZKOYEN	X					METALMECANICA	ESPAÑA
12	TIC EUROPA	X			M		METALMECANICA	ESPAÑA
13	EDGAR-PRIETO	X	X	X	A		OTRO	PORTUGAL
14	INSTANTA	X	X	X	A		OTRO	POLONIA
15	PARCERO RUM	X	X		A		OTRO	ESTADOS UNIDOS
16	LGS	X	X	X	A		BPO	INDIA
17	GRUPO PLUS		X	X	A		OTRO	ESPAÑA
18	MOISES & JESUS	X	X	X	B		METALMECANICA	PORTUGAL
19	RUGGERO TAVANI	X	X	X	B		OTRO	ITALIA
19	GRAUBOX	X			M		METALMECANICA	ESPAÑA
21	IDZI KOTARBA	X		X	A		OTRO	POLONIA
22	SUNAO TRADING				M		OTRO	CHILE
23	LA UNIVERSAL		X		A		OTRO	ECUADOR
24	CAETANO BUS				A		METALMECANICA	PORTUGAL
25	VERITRAN						BPO	ARGENTINA
	ITURRI				M	X	METALMECANICA	ESPAÑA
	VEROT S.A.	X			B		METALMECANICA	ESPAÑA
28	IDEAS EN METAL S.A.	X			M		METALMECANICA	ESPAÑA
29	IMASA	X			M		METALMECANICA	ESPAÑA
30	SGLOBALS	X	X		M		METALMECANICA	ESPAÑA
31	ADARO TECNOLOGÍA	X			B		METALMECANICA	ESPAÑA
32	MECALUX	X			M		METALMECANICA	ESPAÑA

33	ALUMINIOS PEREZ SOTO	X			M		METALMECANICA	ESPAÑA
34	MIERES TUBOS	X			B		METALMECANICA	ESPAÑA
35	HIASA	X			A		METALMECANICA	ESPAÑA
36	DINITEXTIL						METALMECANICA	BRASIL
37	CABO SOLUTIONS						OTRO	ESPAÑA
38	FELEMANG	X			B		METALMECANICA	ESPAÑA
39	TALLERES JESUS ALVAREZ	X			B		METALMECANICA	ESPAÑA
40	FORSA	X			A	X	METALMECANICA	ESPAÑA
41	SAINT-GOBAIN PLACO IBERICA	X			B	X	METALMECANICA	ESPAÑA
42	INFORMATICA EL CORTE INGLÉS	X			M	X	BPO	ESPAÑA
43	DELAWARE	X			M	X	BPO	ESPAÑA
44	INDUSTRIAS BALMES	X			M	X	METALMECANICA	ESPAÑA
45	LRA INFRASTRUCTURE CONSULTING	X			M	X	OTRO	ESPAÑA
46	AVANZA - UNITONO	X			M	X	BPO	ESPAÑA
47	FABIO ZAPATA	X	X		A		OTRO	ESTADOS UNIDOS
48	SMART NETWORK SOLUTIONS	X			A		BPO	ESTADOS UNIDOS
49	PLAYVOX	X	X		A		BPO	COLOMBIA
50	EPHOR GROUP	X	X		A	X	BPO	ESTADOS UNIDOS
51	OSX	X			B	X	TEXTILES Y CONFECCIONES	ARGENTINA
52	ISEC	X	X		A	X	BPO	ARGENTINA
53	TRANSFORMADORES MIRON	X			M	X	OTRO	ARGENTINA
54	R&O VALLE	X	X		A	X	METALMECANICA	ARGENTINA
55	BLACK TOBACCO	X				X	BPO	ARGENTINA
56	NORAH PEÑA	X					TURISMO	DINAMARCA
57	BIZ IT GLOBAL	X				X	BPO	ARGENTINA
58	BRANDIGITAL	X				X	BPO	ARGENTINA
59	CIS GROUP LATINAMERICA	X				X	BPO	ARGENTINA
60	LANMOVIL S.A.	X				X	BPO	ARGENTINA
61	LEMPERT	X				X	BPO	ARGENTINA
62	MODELOS DIGITALES	X				X	BPO	ARGENTINA
63	SERBAL TECHNOLOGIES	X				X	BPO	ARGENTINA
64	SOOFT TECHNOLOGY	X				X	BPO	ARGENTINA
65	SPINLOCK	X				X	BPO	ARGENTINA
66	UNISONO	X				X	BPO	ARGENTINA
67	MODENA	X			B	X	BPO	ARGENTINA

68	ICSA	X			B	X	BPO	ARGENTINA
69	EXELSUM	X				X	BPO	ARGENTINA
70	ARCHENTI GROUP	X			B	X	BPO	ARGENTINA
71	SNOOP CONSULTING	X			B	X	BPO	ARGENTINA
72	FOOTPRINTS	X	X		M	X	TURISMO	PUERTO RICO
73	JOSE HUMBERTO RODRIGUEZ	X	X		A		TURISMO	ESPAÑA
74	OLIVIA GALARZA	X	X		B		TEXTILES Y CONFECCIONES	VENEZUELA
75	EQUISPLAST	X	X		A		OTRO	ECUADOR
76	SITEL	X					BPO	ESTADOS UNIDOS
77	DKV	X	X		A		BPO	ESPAÑA
78	VITRO	X	X		B		METALMECANICA	MEXICO
79	RANSA	X			M	X	OTRO	PERU
80	INTEXAP	X			B	X	OTRO	PERU
81	ESTRATÉGICA	X			B	X	OTRO	PERU
82	COTTON KNIT	X			B	X	TEXTILES Y CONFECCIONES	PERU
83	TN&PLATEX	X			M	X	TEXTILES Y CONFECCIONES	PERU
84	CHEEKY	X			M	X	TEXTILES Y CONFECCIONES	ARGENTINA
85	IPH SAICF	X			B	X	METALMECANICA	ARGENTINA
86	OSX	X			B	X	TEXTILES Y CONFECCIONES	ARGENTINA
87	KARKENT	X			M	X	TEXTILES Y CONFECCIONES	TURQUIA
88	GULDOGAN	X			A	X	TEXTILES Y CONFECCIONES	TURQUIA
89	POLYTEKS	X			B	X	TEXTILES Y CONFECCIONES	TURQUIA
90	KIRAYTEKS	X			A	X	TEXTILES Y CONFECCIONES	TURQUIA
91	ARCELIK	X			A	X	OTRO	TURQUIA
92	MUTLU	X			B	X	OTRO	TURQUIA
93	GAP PAZARLAMA	X			M	X	TEXTILES Y CONFECCIONES	TURQUIA
94	YIĞIT AKÜ	X			B	X	OTRO	TURQUIA
95	POLSAN BUTTONS	X	X		A	X	TEXTILES Y CONFECCIONES	TURQUIA
96	TAYSAD	X			A	X	METALMECANICA	TURQUIA
97	ITKIB	X			A	X	TEXTILES Y CONFECCIONES	TURQUIA
98	DEIK	X			A	X	OTRO	TURQUIA
99	TEMESA	X			A	X	OTRO	TURQUIA
100	GRUPO SUPERIOR	X	X		A	X	OTRO	ECUADOR
101	TEXTILES EL RAYO	X			B	X	TEXTILES Y CONFECCIONES	ECUADOR
102	POWER STEEL	X			B	X	METALMECANICA	ECUADOR
103	MASTERAX	X			A	X	METALMECANICA	ECUADOR

104	DYVENPRO	X			B	X	OTRO	ECUADOR
105	INCABLE	X			M	X	METALMECANICA	ECUADOR
106	ELECTROCABLES	X			M	X	METALMECANICA	ECUADOR
107	PANECONS	X			B	X	OTRO	ECUADOR
108	TEXTICOM	X			A	X	METALMECANICA	ECUADOR
109	FEDEXPOR	X			A	X	OTRO	ECUADOR
110	PINTEX	X			M	X	TEXTILES Y CONFECCIONES	ECUADOR
111	SEDEMI	X			M	X	METALMECANICA	ECUADOR
112	ELASTO POLIURETANOS	X			A	X	METALMECANICA	ECUADOR
113	KUBIEC CONDUIT	X			A	X	METALMECANICA	ECUADOR
114	TIPSA 1	X	X				OTRO	ESTADOS UNIDOS
115	TIPSA 2	X	X				OTRO	ESTADOS UNIDOS
116	DONALDSON	X			M	X	METALMECANICA	MEXICO
117	UTILITY TRAILERS	X			M	X	METALMECANICA	MEXICO
118	POLOPLAST	X			A	X	OTRO	MEXICO
119	ELSA	X			A	X	OTRO	MEXICO
120	TRINITY INDUSTRIES	X			A	X	METALMECANICA	MEXICO
121	AFRICAM SAFARI	X			A	X	TURISMO	MEXICO
122	METALSA	X			M	X	METALMECANICA	MEXICO
123	GRAUFORZ	X			M	X	METALMECANICA	MEXICO
124	ESPUMAS MONTERREY	X			M	X	OTRO	MEXICO
125	TECNO CUT	X			M	X	METALMECANICA	MEXICO
126	OUTSOURCING	X	X				BPO	ESTADOS UNIDOS
127	PRICESMART	X	X		A		OTRO	COSTA RICA
128	FAIC	X	X		A		METALMECANICA	ARGENTINA

Anexo 009:
Último Informe Avances Bureau
7 hojas

**INFORME DE GESTIÓN
BUREAU DE EVENTOS Y CONVENCIONES DE PEREIRA
INFIPEREIRA SEPTIEMBRE - DICIEMBRE**

Durante el transcurso del año Invest in Pereira, ha estado realizando un trabajo juicioso de levantamiento de información, para la creación de un modelo de gestión idóneo y apropiado, para el desarrollo del Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira. Asimismo, Invest in Pereira ha realizado varios procesos de recaudación de información, tales como entrevistas, asistencia a eventos y demás, para la creación de un plan de acción del Bureau y un portafolio de servicios a fortalecer con la vinculación de los distintos actores del sector turístico de la región. Por ende, los avances que se han logrado desde septiembre hasta la fecha son:

1. Estudio de Benchmark:

La información recolectada durante el primer semestre del año, por medio de los tres bureaux constituidos en Colombia y el análisis de información sobre otros bureaux constituidos en Latinoamérica, permitieron la creación del primer borrador del modelo de gestión, plan de acción y portafolio de servicios del Bureau de Convenciones de Pereira. El cual se encuentra actualmente en revisión y sujeto a cambios o modificaciones. Lo anterior, se realizó teniendo en cuenta, las potencialidades y ventajas que posee la región en términos de turismo de negocios, validado con las instituciones que podrían hacer parte de mencionada estrategia.

2. Apropiación del Portafolio Actual:

Se llevaron a cabo entrevistas con las principales entidades encargadas del manejo de la industria del turismo corporativo o MICE en la región, permitiendo consolidar un primer inventario de Pereira en lo relacionado con su posicionamiento para destino MICE, tanto a nivel nacional como internacional.

Algunas de las reuniones sostenidas fueron con:



Invest in Pereira

Agencia de Promoción de Inversión de

Risaralda

- Directora de Cotelco Risaralda – Dra. Beatriz Correa
- Coordinadora Clúster Cámara de Comercio de Pereira: Dra. Natalia Orozco
- Funcionaria Oficina de Fomento al Turismo: Dra. Sandra Milena Gómez
- Experto internacional: Dr. Álvaro Díaz
- Directora Anato Risaralda: Dra. María Soledad Jaramillo

Tras la realización de dichas reuniones y entrevistas con representantes de la industria en la ciudad, se avanzó en la consolidación de la primera propuesta de valor y plan de acción, para el funcionamiento del futuro Bureau de Convenciones en la ciudad de Pereira.

Adicionalmente, durante el mes de Octubre, Invest in Pereira, a través de su gerente Natalia Guzmán Sánchez, asistió al *Simposio Internacional: Industria de Eventos y Convenciones- Innovación, Organización y Estrategia*. Al tratarse de un evento que reunió importantes autoridades de la industria MICE a nivel nacional e internacional, se validaron tendencias en términos de promoción y manejo administrativo y financiero que permitieron validar lo planteado hasta el momento como Modelo de Gestión y Plan de Acción. A continuación se resumen las principales conclusiones:

- La participación del sector público en la promoción de un territorio como destino para turismo corporativo resulta tan necesario como la vinculación de los diferentes actores privados pertenecientes a la cadena turística; ambos son indispensables para lograr un efectivo posicionamiento y un compromiso serio con actividades de mejoramiento.
- En términos de promoción se evidencia la necesidad de hacer labores proactivas en los mercados identificados, comunicando siempre un mensaje claro sobre la experiencia al usuario final (asistente al evento) en lugar de producto, integrando siempre el uso de las herramientas tecnológicas, y con herramientas concretas de incentivo para los visitantes (exenciones de visas, o de impuestos, como el caso Mexicano).
- En términos financieros se puntualizó sobre la importancia de focalizar esfuerzos a la captación de eventos de mayor duración para aumentar la derrama económica en la región.



Invest in
Pereira
Agencia de Promoción de Inversión de
Risaralda

Se cuenta actualmente con un portafolio de servicios, que incluye la capacidad hotelera e instalada de Pereira para la atención de eventos MICE. Al tiempo que contiene la oferta turística complementaria de la ciudad y de su departamento, Risaralda.

Asimismo Sayal Aristizábal, profesional en inteligencia de mercados de Invest in Pereira, asistió a dos eventos, que permitieron la consolidación de más información acerca de cómo se debe vender un territorio como destino MICE y la importancia de contar con una marca ciudad - región, que permita el posicionamiento del territorio a nivel internacional. Dichos eventos fueron:

- Marketing de ciudades y marcas territoriales: en la ciudad de Armenia, dictado por el experto internacional Norberto Muñiz Martínez. El cual trato sobre la identidad y marketing de ciudades, city marketing y place branding (territorios del mundo en busca de nuevos posicionamientos internacionales urbanos, regionales o nacionales) y sobre las nuevas tendencias turísticas en el mundo. Lo cual sirvió bastante para la inspección de los documentos para la construcción del Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira.
- Estrategias innovadoras y multisectoriales para la industria del turismo MICE: conferencia dictada por el experto internacional Miguel Arraca. Dicha reunión, permitió recaudar algunos elementos importantes para la finalización del plan de acción del Bureau de Eventos y Convenciones, ya que amplió la visión sobre el mercado potencial que significa la actividad del turismo corporativo para el Eje Cafetero. Adicional, destacó la importancia de mencionada industria en la economía de un territorio.

Del mismo modo, se identifica la importancia de participar en el evento Meetings 2013, a desarrollarse en la ciudad de Cartagena. Debido al alcance que tiene dicho evento para la promoción de ciudad - región como destino MICE. Por ende, se desarrolló el levantamiento de información para el material promocional, el diseño del mismo e impresión, para llevar a las citas uno a uno a realizarse durante el evento.



Invest in
Pereira

Agencia de Promoción de Inversión de

Risaralda

Además, se recaudó material publicitario de: Expofuturo, Proexport, Gobernación de Risaralda, Instituto Municipal de Cultura y Fomento al Turismo, Cotelco, entre otros, para promocionar en el stand a tener durante Meetings.

3. Modelamiento de Estrategia del Bureau:

Para poder determinar la estrategia de posicionamiento del territorio como destino MICE, se realizó un diagnóstico del sector turismo corporativo en la ciudad de Pereira y su departamento Risaralda, con el objetivo de conocer las fortalezas de Pereira y el direccionamiento que se debe hacer al turismo corporativo, según los productos que se identifiquen y según los mercados en los cuales Pereira tenga oportunidad como destino MICE.

En este sentido, se asistió a varias mesas de trabajo liderada por el Clúster de la Cámara de Comercio de Pereira, cuya iniciativa es realizar una segmentación del mercado para Pereira, a través de un análisis exhaustivo de las potencialidades y debilidades de la región en términos MICE, de acuerdo a la oferta que se identifique en cada uno de los eslabones de la cadena del sector Turismo, versus la posible demanda del sector, a través de los posibles clientes: empresas, Instituciones públicas, Asociaciones, Gremios, Instituciones culturales y/o académicas, etc.

Por lo cual, se trabajó en conjunto con la Coordinación de Desarrollo de Clúster, el diagnóstico del sector MICE en el mundo y en Risaralda. Identificándose desde Invest in Pereira el número promedio de eventos anuales realizados en Pereira desde el año 2010 hasta la fecha, la periodicidad de los mismos, la duración promedio medida en días de cada evento, los meses con presencia de eventos corporativos, el área del conocimiento, las temáticas de los eventos, el tipo de evento y los recinto más usados, para la construcción efectiva del plan de acción del Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira, en el año 2014.

Así que, gracias a un proceso juicioso en la recaudación de información, realización de entrevistas y trabajo conjunto con la Cámara de Comercio de Pereira, Proexport

Colombia y el Instituto de Cultura y Fomento al Turismo, se cuenta con información valiosa, que ha permitido la construcción del primer borrador de modelo de gestión y la construcción actual del primer borrador del plan de acción para el 2014 y del portafolio de servicios o propuesta de valor del Bureau, a ser utilizado en la promoción de Pereira como destino MICE y a utilizar en la captación de eventos de la industria de turismo corporativo. A continuación se comparte la tabla de contenido de cada uno de estos documentos:

MODELO DE GESTIÓN

1. INTRODUCCIÓN
2. ANTECEDENTES

Mostrar como la importancia del turismo corporativo como política de desarrollo municipal y departamental, articulada con las diferentes iniciativas lideradas por los gremios.

 - a. Plan de Desarrollo Municipal
 - b. Plan de Desarrollo Departamental
 - c. Plan Maestro de Turismo
 - d. PRC
 - e. City Marketing
 - f. Natalia Orozco
 - g. Instituto de Cultura
 - h. Conclusiones
3. BENCHMARK
 - a. Hallazgos en Agencias (Jurídica, estructura, focos, presupuestos)
 - b. Hallazgos por Participación en Eventos
 - c. Conclusiones
4. MODELO DE GESTIÓN
 - a. Figura Jurídica (corto y largo plazo)
 - b. Estructura Administrativa
 - i. Perfiles y funciones
 - c. Objeto y Foco
 - d. Propuesta General de Gestión

PLAN DE ACCIÓN

1. INTRODUCCIÓN
2. TENDENCIAS DE TURISMO CORPORATIVO
 - a. Internacional
 - b. Nacional
 - c. Regional
3. PLAN DE ACCIÓN
 - a. Como Funciona la Industria MICE
 - b. Plan de Acción Convention Bureau de Pereira
 - i. Foco de Actividades MICE
 - ii. Lineas Estratégicas
 - iii. Ejes Temáticos
 - iv. Mercados Objetivo
 - v. Tipos de Eventos Objetivo (incluye listado)
 - vi. Tipos de Asociaciones Objetivo (incluye listado)
 - vii. Tipos de Empresas Objetivo (incluye listado)
4. PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

4. Socialización

La socialización del Modelo de gestión y plan de acción del Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira, se realizará en el mes de Febrero del próximo año, debido a que se plantea socializar mencionados documentos, junto a la última presentación de resultados de la estrategia IREC – Iniciativa Risaralda Eventos y Convenciones, para tener en un mismo escenario a los integrantes de la cadena turística y a los tomadores de decisiones.

Por lo cual, se propone la socialización del Bureau, junto a la iniciativa IREC y al panel de expertos propuesto con anterioridad: Gerente turismo MICE Proexport Dra. Schalma Díaz – Granados, Gerente del Bureau de Medellín Dra. Diana Arango y Gerente del Bureau de Bogotá Dra. Alexandra Torres.

Anexos

- Modelo de gestión Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira



Invest in
Pereira

Agencia de Promoción de Inversión de

Risaralda

- Plan de acción 2014 del Bureau de Pereira
- Propuesta de valor: oferta turística de la región

Anexo 010:
Modelo de Gestión Bureau
26 hojas

MODELO DE GESTIÓN BUREAU DE EVENTOS Y CONVENCIONES DE PEREIRA

1. INTRODUCCIÓN

Siendo conscientes de las directrices gubernamentales con respecto a la estrategia de internacionalización y competitividad del Departamento, y de los proyectos que se están impulsando a nivel regional en términos de infraestructura, se ha identificado la necesidad sentida de sentar las bases para la creación de un bureau de eventos y convenciones que facilite el flujo adecuado de visitantes que den sustento y dinámica a los proyectos actuales de la región.

El proyecto de remodelación del Aeropuerto Internacional Matecaña permitirá fortalecer la infraestructura actual con miras a incrementar el tráfico aéreo, y se terminará de posicionar como el principal aeropuerto del Eje Cafetero. Aunado a lo anterior, el incremento actual en el número de camas de la ciudad de Pereira, como resultado de la llegada de nuevos hoteles y la ampliación de los actuales, así como el interés que han manifestado importantes cadenas hoteleras internacionales en llegar con sus operaciones al territorio, necesita también de un incremento en el número de visitantes en el Departamento. Finalmente, la construcción del Centro de Eventos y Convenciones de Pereira supone también un esfuerzo importante en la consolidación del turismo corporativo de la región.

Teniendo en cuenta lo anterior, se hace necesario iniciar un trabajo educado para la puesta en marcha de un bureau de eventos y convenciones que contribuya sustancialmente a la viabilidad económica y sostenibilidad en el tiempo de los proyectos mencionados y de los objetivos propuestos en este sentido.

A la luz de las lecciones aprendidas y de la experiencia de Invest in Pereira, el éxito en la gestión del bureau de eventos y convenciones depende en gran medida de un proceso previo de planeación estratégica que involucre la dedicación de recurso humano calificado para la construcción de un modelo de gestión, un plan de acción, y una propuesta de valor clara para la puesta en marcha del bureau de eventos y convenciones.

Así las cosas, dentro del Plan de Acción Anual de Invest in Pereira, se integró un plan de trabajo enfocado a la construcción de unas bases sólidas para el modelamiento de

la estrategia de funcionamiento y de gestión del bureau abarcando los siguientes frentes:

- **Benchmark:** Acercamiento con los diferentes Bureaux de Eventos y Convenciones en Colombia, con el fin de identificar mejores prácticas y principales enseñanzas en el proceso de consolidación de los mismos. Algunos de los aspectos a tener en cuenta en la investigación son: estructura jurídica, modelo operativo, frentes de acción, presupuestos, estructuras organizacionales, estrategias de promoción.
- **Apropiación del Portafolio Actual:** Conocimiento del estado del arte de los diferentes eslabones de la cadena del turismo corporativo en Risaralda, con el fin de contar con un punto de partida claro para la construcción de una propuesta de valor competitiva. Conociendo la importancia de presentar esta iniciativa como un proyecto inclusivo en el cual participen todas las instituciones relacionadas con el turismo corporativo del Departamento, el trabajo de apropiación plantea realizarse a través de entrevistas y reuniones donde se facilite su participación activa.
- **Modelamiento de la Estrategia del Bureau:** Construcción preliminar de Plan de Acción, Modelo de Gestión y Propuesta de Valor, con base en los resultados de los estudios anteriores.
- **Validación de la Estrategia del Bureau:** Retroalimentación con expertos sectoriales nacionales e internacionales, con el fin de validar el trabajo adelantado.
- **Construcción y Socialización de la Estrategia:** Realización de un evento con la presencia de diferentes actores del Departamento de Risaralda involucrados en la cadena de turismo corporativo, y de las autoridades locales, con el fin de resaltar la importancia del Bureau para ellos y para el territorio en general. En el marco de este evento se presentará la estrategia para la consolidación del Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira, su modelo de gestión y plan de acción.

2. ANTECEDENTES

Iniciativas regionales y municipales que han propuesto la promoción del territorio en mercados nacionales e internacionales como estrategia para la atracción de turismo.

Reconociendo la importancia de tomar como punto de partida las diferentes iniciativas que en el territorio Risaraldense se han desarrollado alrededor de la consolidación de una oferta turística para la posterior construcción de estrategia de promoción correspondiente, el presente modelo de gestión y el plan de acción que de allí se deriva, parten del análisis del Plan de desarrollo municipal de Pereira, “Por una Pereira Mejor 2012-2015”, del Plan de Desarrollo de la Gobernación de Risaralda, “Gobernación con Resultados 2012 -2015”, del primer Plan Maestro de Turismo de Pereira “Pereira Caleidoscopio 2013”, del Plan Regional de Competitividad de Risaralda, del estudio SINGLAR City marketing y de los aportes de la Coordinación de Desarrollo de Clúster – Rutas Competitivas de la Cámara de Comercio de Pereira, con el apoyo del Instituto de Cultura y Fomento al Turismo y Proexport Colombia.

El análisis de esta información secundaria permitió, identificar con mayor claridad las potencialidades que tiene Pereira y Risaralda, en términos de productos y servicios, como también permitió conocer la existencia de políticas del gobierno local y departamental, para potencializar el turismo a través de diversas estrategias de marketing territorial, infraestructura y mejoramiento del territorio como destino de Turismo Corporativo.

2.1. Plan de Desarrollo Municipal, Alcaldía Municipal de Pereira “2012-2015 Por una Pereira Mejor”

El Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015 hace referencia a la importancia de promover la ciudad como destino turístico a través de sus líneas estratégicas “**Pereira Competitiva**” y “**Pereira Territorio Inteligente**”, en las que se piensa a Pereira como una ciudad comprometida con potencializar el turismo tomando la cultura de innovación y de tecnología como base principal para su desarrollo. Se habla además de la importancia de continuar fortaleciendo los esfuerzos interinstitucionales regionales para potenciar las apuestas estratégicas de una ciudad que, consciente de que su campo de acción es totalmente global, está desarrollando macroproyectos

locales y regionales para el mejoramiento de las condiciones de un Turismo Competitivo.

De manera particular la línea Estratégica 2 “Pereira Territorio inteligente”, busca mejorar las condicionales de habitabilidad y calidad de vida de la ciudad para contribuir al desarrollo económico, la equidad social y la sustentabilidad ambiental. Lo anterior, enfocado a la creación de una estrategia turística que permita aprovechar las potencialidades del territorio, adelantando y apoyando la creación de proyectos turísticos que mejoraran la competitividad del municipio (ver programa 1).

De manera similar, la Línea Estratégica 4 “Pereira Competitiva”, contempla diferentes alternativas para el posicionamiento de la ciudad como un destino turístico de talla internacional, reconociendo que se debe potencializar el destino en términos de turismo a nivel nacional e internacional a través de la creación de atractivos diferenciadores del territorio que permitan capitalizar la declaratoria del Paisaje Cultural Cafetero como Patrimonio Cultural de la Humanidad y del posicionamiento de la ciudad como destino de Turismo Corporativo, a través de la creación de un Bureau de Eventos y Convenciones liderado por la Cámara de Comercio de Pereira y respaldado por el Centro de Convenciones de Pereira (Ver Línea Base, Programa 4, 5 y 6)

2.2. Plan de Desarrollo de Risaralda, “Gobernación con Resultados 2012 - 2015”

Por su parte, la actual administración departamental también ha identificado el sector turístico, como uno con alto potencial para el desarrollo de Risaralda. A través de sus Programas 23 “Risaralda estratégica, competitiva y con resultados”, el Plan de Desarrollo Departamental establece la necesidad de crear alianzas estratégicas entre los sectores público, privado y la academia, para fortalecer el aparato productivo del departamento con énfasis en ventajas competitivas y comparativas en el departamento de Risaralda, para así transformar la dinámica económica del aparato productivo.

Es así como el Paisaje Cultural Cafetero y la Estrategia Bosque Modelo son considerados como motores del desarrollo en Risaralda alrededor de las iniciativas relacionadas con la biodiversidad y el turismo.

De manera similar, en su Programa 30 “Movilidad regional para la competitividad y el desarrollo con resultados” donde se resalta la importancia de diseñar el plan maestro de movilidad del departamento, en especial en aquellos municipios que tengan el turismo como estrategia de desarrollo, resaltando la importancia de contar con la infraestructura adecuada para este sector.

2.3. Plan Maestro de Turismo “Pereira Caleidoscopio 2013”

El Plan Maestro de Turismo, permite visualizar las potencialidades y debilidades que tiene Pereira como destino turístico, tanto vacacional como corporativo, evaluando los procesos turísticos que se vienen desarrollando en la región, identificando una línea de acción para el posicionamiento de Pereira como centro turístico tanto a nivel nacional como internacional, identificando los procesos a mejorar, evaluando la infraestructura y los distintos productos turísticos que se ofrecen a la fecha y los que se deberían incluir en el corto y mediano plazo, para fortalecer el destino.

La visión del Plan Maestro para el año 2032, es consolidar a Pereira como el epicentro del Paisaje Cultural Cafetero y desarrollando un clúster turístico, con encadenamientos productivos y servicios de calidad, apalancados en una fuerte institucionalidad, formalización empresarial y sostenibilidad ambiental, que contribuyan al desarrollo socioeconómico de la región, a través de una oferta diferenciadora y complementaria histórica, cultural, de naturaleza, **de congresos y convenciones**, de compras y entretenimiento, con reconocimiento nacional e internacional y un recurso humano formado en competencias para el turismo, y la incorporación de las tecnológicas de la información y las comunicaciones, permitiendo mayor productividad y competitividad empresarial, generando demandas crecientes en los mercados nacionales e internacionales para la sostenibilidad del sector y el territorio. Lo anterior, respalda la iniciativa de la creación del Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira.

2.4. Plan Regional de Competitividad de Risaralda

Siendo el Plan Regional de Competitividad de Risaralda, el escenario de futuro deseado y ante el cual las entidades de todo el departamento tienen responsabilidades y compromisos, en él se han identificado los sectores que podrían contribuir en la generación de mayor competitividad y productividad. Es allí precisamente donde el sector turístico sobresale como uno al cual se le debe apostar, teniendo por objetivo para el año 2017 hacer del Eje Cafetero una región reconocida en un escenario nacional e internacional, como destino turístico para el descanso, el ecoturismo, la aventura, el termalismo, la diversión y la salud.

Por lo tanto, teniendo en cuenta que el turismo corporativo es transversal a todos los tipos de turismo que son estratégicos en Risaralda, el objetivo del PRC para Risaralda, permite conocer claramente las ventajas comparativas y competitivas que se identificaron en mencionado estudio en pro del mejoramiento del territorio como destino turístico, entre las cuales se encuentran:

Comparativas

- Ubicación geográfica
- Abundancia y variedad de recursos naturales
- Buena infraestructura de servicios públicos
- Gente amable y calidad que atiende muy bien al turista.

Competitivas

- Diversidad de oferta
- Calidad del servicio
- Quindío y Risaralda son pioneros en el turismo rural en Colombia.

Pero de igual manera, el PRC señala también algunas necesidades que requiere el territorio para ser pionero en turismo, entre las cuales se encuentran: Definir estrategias de mercadeo, promoción y venta del producto y destino turístico.

- Participar activamente en ferias, eventos y misiones para posicionar al Eje Cafetero en el contexto internacional.
- Creación de un fondo de promoción turística que dirija la comercialización de eventos y festividades locales y acompañe la función pública. Entre otros.

2.5. City Marketing, estudio SINGLAR.

A través de convenios y alianzas se llevaron a cabo estudios con la Agencia de Consultores Singlar y la Universidad EAFIT, donde la Cámara de Comercio de Pereira y la Alcaldía de Pereira aunaron esfuerzos para consolidar la estrategia de City Marketing. De estos estudios se obtuvo un documento denominado “Mapa de City Marketing” y se desarrolló el Plan de Mercadeo para la ciudad, gracias a lo cual se creó la marca Pereira ¡Tu Ciudad!. Estos documentos evidencian claramente la necesidad de que el departamento desarrolle una estrategia para promoverse como destino de turismo corporativo a través de la creación del Bureau de Eventos y Convenciones.

Este estudio permitió a la ciudad de Pereira emprender nuevas propuestas de desarrollo para aprovechar asertivamente las oportunidades del mercado nacional y las potencialidades del mercado internacional. Allí se plantea el sector turístico de Risaralda a la luz de sus oportunidades gracias en gran parte al proyecto estatal “vive Colombia viaja por ella”, proyectando a Risaralda como uno de los principales destinos turísticos tanto nacionales como internacionales, debido al gran número de atractivos naturales que posee la región.

Conjuntamente, el estudio menciona las necesidades de ampliar y mejorar la infraestructura física disponible, de estandarizar los procesos en la prestación de servicios turísticos, de formar el recurso humano y la necesidad de crear sistemas que generen un mayor acceso a fuentes de financiación para el desarrollo de iniciativas que contribuyan al fortalecimiento del sector.

2.6. Programa de Rutas Competitivas – Ruta IREC Industria de Eventos y Convenciones de Risaralda.

IREC, es un programa promovido por la Cámara de Comercio de Pereira en alianza con el Ministerio de Comercio Industria y Turismo a través de la Unidad de Desarrollo e Innovación de Bancoldex, iNNpulsa Colombia; la Gobernación de Risaralda; Las Cámaras de Comercio de Santa Rosa y Dosquebradas; la Comisión Regional de

Competitividad de Risaralda y la Universidad Tecnológica de Pereira, los cuales han sido soporte importante en el desarrollo de la creación del plan de acción del Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira, ya que se encuentra realizando un proceso de análisis y reflexión estratégica, que permite identificar las actividades que se deben desarrollar con el fin de contar con las condiciones adecuadas para mejorar la competitividad de Risaralda en términos de turismo corporativo.

Adicionalmente, IREC ha sido fuente de consulta sobre las tendencias mundiales y nacionales de la industria del turismo corporativo, para la identificación de las posibles ventajas competitivas de la región en términos MICE y como insumo del plan de acción del Bureau de Pereira.

2.7. Instituto de Cultura y Fomento al Turismo

El Instituto municipal de Cultura a través de su dirección de fomento al Turismo, ha identificado el turismo corporativo o turismo MICE, como un sector con gran potencial para la ciudad de Pereira. Por lo cual, se encuentra en el desarrollo de un diagnóstico del sector turístico en Risaralda, que identifica las mejoras a realizar desde las empresas proveedoras de servicios para la industria. Asimismo, tiene como meta para el año 2014 construir el producto turístico de eventos y convenciones de Pereira, de manera detallada.

2.8. Conclusiones

Tanto los entes departamentales de Risaralda como los municipales de Pereira, han identificado un gran potencial a explorar en la industria de turismo corporativo o turismo MICE en la región, debido a la trascendencia que ha ido ocupando dicha tendencia a nivel nacional y regional. Por lo cual, se han adelantado diversos estudios que permiten validar que el turismo MICE tiene un gran futuro en Pereira y Risaralda, gracias al desarrollo económico que ha surgido en la capital pereirana y gracias a los distintos esfuerzos en términos de infraestructura y adecuación de productos turísticos que se han llevado a cabo al interior del departamento, para tener productos turísticos de primera calidad y competitivos en escenarios nacionales e internacionales.

3. MODELO DE GESTIÓN

3.1. Modelos de funcionamiento propuesto

Durante la realización del montaje del futuro Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira, se ha realizado un estudio de benchmark que ha permitido conocer el modus operandi de los tres Bureaux existentes en Colombia (Cartagena, Bogotá y Medellín). Recogiendo las experiencias y principales retos en la operación de cada uno de ellos, y analizándolos a la luz de la realidad del territorio Pereirano, se han propuesto los siguientes elementos para conformar el Modelo de Gestión del Bureau de Pereira.

3.1.1. Campo de Acción

El Bureau debe ser creado para promocionar la ciudad de Pereira y el departamento de Risaralda, como destino de reuniones, eventos, convenciones, ferias, rondas de comercio y viajes de incentivos, atrayendo eventos nacionales e internacionales que soporten la industria de convenciones y turismo. Siendo el Bureau, el punto de contacto entre organizadores de eventos, actores del turismo, miembros afiliados a la estrategia, la ciudad y el departamento, deberá ser un escenario de concertación Público - Privado, para promocionar Pereira y Risaralda como destino MICE (Meeting, Incentives, Conventions, Exhibitions).

3.1.2. Misión

Promocionamos la Ciudad-Región, como destinos turísticos, a través de la articulación entre los sectores públicos y privados, apoyados en los lineamientos del plan de desarrollo de Pereira y Risaralda, contribuyendo con el desarrollo económico sostenible del departamento.

3.1.3. Visión

En 2025, el Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira, será reconocido a nivel mundial como un líder articulador del sector turístico en Risaralda, que captará importantes y reconocidos eventos internacionales para la región.

3.1.4. Objetivos del Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira

3.1.4.1. General

Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, a través de la promoción del territorio como un destino atractivo para el turismo corporativo.

3.1.4.2. Específicos

- Ser un ente articulador entre los actores turísticos del sector público y privado del departamento de Risaralda.
- Apoyar el mejoramiento de la imagen de la Ciudad –Región.
- Articular la estrategia de promoción con el sector de turismo, con énfasis en turismo de negocios.
- Postular a la ciudad como destino de grandes eventos en escenarios internacionales y multidisciplinarios.
- Participar en distintos tipos de eventos a nivel nacional e internacional, para identificar eventos a captar posteriormente para Pereira y Risaralda.
- Velar por el mejoramiento del sector turístico en la región.
- Captar eventos que mejoren la calidad de vida de los habitantes de la región.
- Identificar las ventajas competitivas y comparativas de la región en términos turísticos.
- Promocionar a Pereira y Risaralda como destino de turismo corporativo.
- Posicionar a Pereira como un pionero del desarrollo de eventos.
- Identificar las variables a mejorar, para ser un destino internacional de realización de eventos.

3.2. Naturaleza Jurídica

3.2.1. Aprovechando el camino recorrido por Invest in Pereira como Agencia de Promoción de Inversión de Risaralda, su reconocimiento a nivel local, nacional e internacional, y la articulación institucional que le ha dado vida, el Bureau de Pereira entrará a formar parte de la estructura actual de la agencia, especializado en la promoción de Pereira y Risaralda como destino de turismo corporativo o destino MICE a nivel internacional.

Al mismo tiempo que, se aprovecha la estructura ya conformada por Invest in Pereira y el acercamiento con los tres socios, que cuenta el convenio de promoción de inversiones: Alcaldía de Pereira a través de InfiPereira, Gobernación de Risaralda y Cámara de Comercio de Pereira, la participación activa de los distintos gremios y entes privados que hacen parte del sector turístico y que cumplen con ciertas características para hacer parte del Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira deberán vincularse a través de membresías establecidas por mutuo acuerdo.

Una vez el Bureau de Eventos de Pereira cuente con la solvencia y el impulso necesarios, éste deberá constituirse jurídicamente como corporación sin ánimo de lucro o Fundación sin ánimo de lucro.

3.3. De los socios:

El Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira, debe ser un ente que articule los distintos actores de la cadena turística de la ciudad y el departamento, con la finalidad de promocionar un destino, a través de una estrategia mancomunada, seguramente muy exitosa en el largo plazo, porque representará los intereses de los distintos eslabones del sector turístico, tanto privados como públicos de la región, con la finalidad de fortalecer el territorio como destino MICE (Meetings, Incentives, Congress, Exhibitions).

Por ende, se propone una estructura abierta y flexible en términos de socios, cuyos miembros podrán ser tanto entidades gubernamentales como instituciones gremiales o privadas que tengan sede en Pereira o Risaralda. Sin embargo, el derecho de admisión para los actores privados deberá ser deliberado por los socios mayoristas de la estrategia, en este caso inicial por los socios estratégicos de Invest in Pereira: Alcaldía de Pereira a través de InfiPereira, Gobernación de Risaralda y Cámara de

Comercio de Pereira y deberá cumplir al menos con los parámetros que se expondrán más adelante.

3.3.1. Sector Público:

Los aportes del sector público que permitirán el funcionamiento del Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira, será encaminados en su mayoría para la promoción del territorio como destino de turismo de reuniones, tanto a nivel nacional como internacional y para el sostenimiento del equipo de trabajo que liderará la gestión de articulación de actores locales y posterior postulación y captación de eventos para la ciudad.

La captación de recursos del sector público, se plantea a través de convenios interinstitucionales que permitan cumplir objetivo a mediano y largo plazo, que tengan a consideración los entes territoriales (Alcaldía de Pereira y Gobernación de Risaralda) en términos de turismo corporativo.

Adicionalmente, el aporte de la Cámara de Comercio de Pereira será principalmente en especie, por medio del soporte que brinda actualmente a la estructura de Invest in Pereira, respecto al talento humano calificado en distintas áreas de la organización, como Mercadeo, Comunicaciones, Contabilidad, Jurídica, entre otras, proponiendo que al tiempo de constituido el Bureau de Pereira, dicha entidad hará un aporte adicional, por integrar a la estrategia el recinto ferial y de exposiciones Expofuturo y el Centro de Convenciones de Pereira.

3.3.2. Sector Privado:

La estrategia de posicionamiento de Pereira y Risaralda como destino de turismo corporativo, pretende ser un espacio de articulación entre el sector privado y el público, para lograr una promoción exitosa de destino conjunta. Por lo cual, busca involucrar a los principales actores privados del sector turístico, con especialidad en turismo de negocios o MICE, para lograr una estrategia de gran impacto positivo en escenarios internacionales.

Involucrando a dichos actores, por medio de las denominadas membrecías que podrán variar según la capacidad de gestión y de ingresos de cada tipo de empresa. Donde se busca involucrar a los gremios (COTELCO, ANATO, ASOBARES, FENALCO), hoteles, centros de convenciones, recintos feriales, restaurantes y bares, clubes,

centros comerciales, operadores turísticos, agencias de viaje, entre otros actores que deseen hacer parte de una estrategia mancomunada.

Sin embargo, se debe tener en cuenta que las empresas privadas que vayan a ser parte del Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira, deben cumplir con unos prerrequisitos como:

- Empresa constituida legalmente.
- Cumplir con los requisitos de legalidad establecidos por la ley, según el tipo de empresa.
- Expedientes legales de la entidad, sin ningún tipo de irregularidad.
- Imagen local y nacional positiva.
- Un mínimo de 2 años de constitución de la empresa.
- Un mínimo de ventas o visitantes mensual. (A considerar por los socios mayoristas)
- Empresas que cooperen constantemente con entidades gubernamentales.
- Ubicación de la empresa en un lugar apto para el desarrollo de su actividad principal.
- Entre otros que determinaran los socios principales de la estrategia, quienes podrán reservarse el derecho de admisión de cualquier empresa privada, sino cumple con los prerrequisitos listados con anterioridad y con la aprobación de la Alcaldía de Pereira, a través de InfiPerera, Gobernación de Risaralda, Cámara de Comercio de Pereira e Invest in Pereira.

3.3.2.1. Membresías: el aporte de las empresas del sector privado que cumplan con los requisitos para hacer parte del Bureau de Eventos y Convenciones deberán hacer su aporte a través de Membresías, las cuales se deberán pagar de la siguiente manera:

- o Una cuota por única vez, para ser parte del Bureau.
- o Cuatro cuotas durante cada año, pagadas trimestralmente.

Las cuotas se pagarán de acuerdo a la capacidad de cada empresa, por lo cual se propone la siguiente estructura de aportes.

- Gremios: pagarán una vinculación única por aproximadamente \$5.000.000 cada una, mientras que las cuotas a pagar trimestralmente serán de la siguiente manera.
 - COTELCO: \$2.000 por cada huésped instalado en sus hoteles afiliados. (Aproximadamente \$120.000.000 al año).
 - ASOBARES: \$1.000 por cada factura expedida en establecimientos de los socios de la entidad.
 - ANATO: \$10.000 por cada paquete turístico receptivo vendido.
 - FENALCO: una cuota fija de \$2.500.000 trimestral.
 - TRANSPORTADORES
 - Aerolíneas que funcionan en el Aeropuerto Internacional de Matecaña: pago por medio de vuelos a destinos nacionales e internacional, para ser usados en los viajes de promoción de Pereira y Risaralda como destino MICE.
 - Empresas de Transporte de pasajeros, que operan en el Terminal de Transportes de Pereira: \$100 por pasajero que llega a la ciudad de Pereira, a ser pagados trimestralmente. (Aproximadamente \$45.000.000 al año).

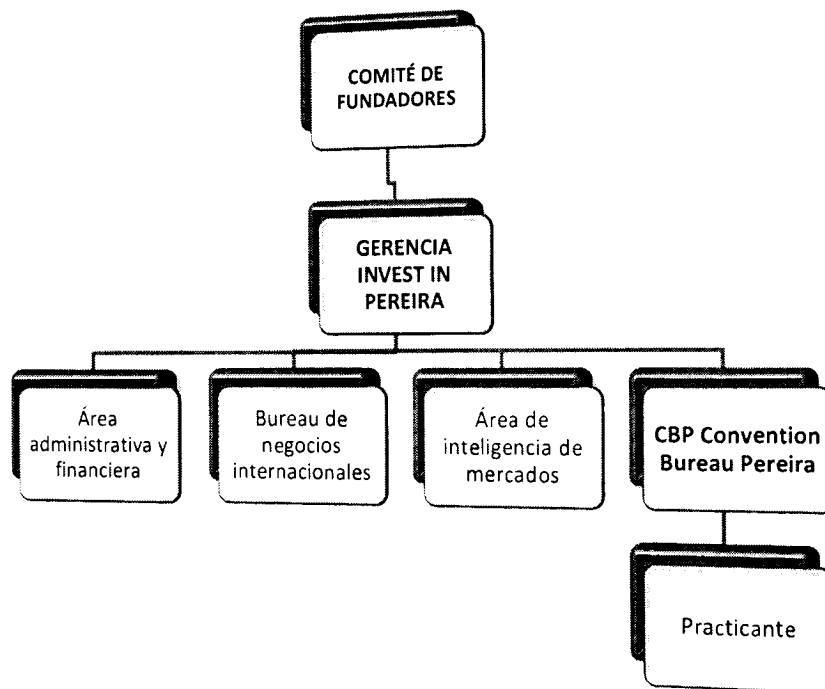
Para migrar, en el mediano plazo a un modelo ideal de membrecías, donde las cuotas de afiliación y las membrecías trimestrales, sean canceladas al Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira, según sus características.

- a. Hoteles: entre \$150.000 y \$1.000.000
 - a. Según el número de camas
 - b. Según la categorización
 - c. Según la ubicación
- b. Restaurantes y bares: entre \$100.000 y \$1.000.000
 - a. Según las ventas anuales
 - b. Según la ubicación
- c. Aerolíneas
 - a. Todas las que tengan operaciones desde y hacia Pereira.
- d. Transporte intermunicipal: entre \$100.000 y \$500.000
 - a. Según el número de pasajeros anuales.
 - b. Según los destinos de conexión
- e. Centros Comerciales: entre \$500.000 y \$1.000.000
 - a. Según sus ventas anuales

- b. Según su ubicación
- f. Clubes: entre \$250.000 y \$500.000
 - a. Según su ubicación
- g. Operadores turísticos: \$100.000 y \$500.000
 - a. Según su capacidad instalada
- h. Agencias de viaje: entre \$250.000 y \$500.000
 - a. Receptivas
 - b. Ubicación
- i. Agencias de publicidad y mercadeo / BTLs: entre \$250.000 y \$500.000

3.4. Estructura organizacional

Se propone crear un área denominada CBP, Convention Bureau Pereira o Centro de Eventos y Convenciones de Pereira, dentro de la estructura de Invest in Pereira - Agencia de Promoción de Inversión de Risaralda. Cuyas funciones sean destinadas a la promoción del territorio como destino MICE y a la captación de eventos tanto nacionales como internacionales, obedeciendo a los distintos procedimientos legales y funcionales que supone Invest in Pereira, cuyos socios aportantes son Alcaldía de Pereira a través de InfiPereira, Gobernación de Risaralda y Cámara de Comercio de Pereira.



3.5. De la Estructura Administrativa

La estructura administrativa del CBP estará bajo la gerencia de Invest in Pereira y tendrá a su disposición un coordinador ejecutivo y un practicante, que se elegirá por medio del comité de Fundadores de la Agencia de Promoción de Inversión de Risaralda.

3.5.1. Del Coordinador Ejecutivo

El representante del área CVBP, deberá ser nombrado por el comité de Fundadores de Invest in Pereira, para periodos de un (1) año, quien podrá ser reelegido indefinidamente. Siendo, el responsable de asegurar el manejo estratégica del Bureau, su sostenibilidad y su crecimiento en el corto, mediano y largo plazo. Adicional, debe liderar la conceptualización creativa de los programas de conformidad del Comité de Fundadores y asegurar los resultados establecidos en los planes estratégicos. Puede ser removido de su cargo en cualquier momento.

3.5.2. Perfil del Coordinador Ejecutivo

Será el de un profesional en Administración de Empresas, Negocios Internacionales, Ingeniería Industrial, Economía y/o carreras afines, quien ostente especialidad en el sector turismo corporativo, con una experiencia mínima de tres (3) años, comprobada en cargos afines al sector, relaciones internacionales, sectores comerciales, turismo, entre otras. Del mismo modo, debe tener un excelente manejo del idioma inglés comprobado a través de un certificado, y preferiblemente manejo de una tercera lengua.

Funciones

- Ejercer la representación del Convention & Visitors Bureau de Pereira.
- Elaborar y presentar ante la Junta Directiva el plan operativo anual y el presupuesto anual del CVBP.
- Crear y cumplir el plan de acción anual presentado para el CVBP.
- Velar permanentemente por la continua mejoría del clima de turismo en la región, por medio de la continua comunicación con las diferentes entidades públicas y privadas.
- Proponer estrategias y políticas de desarrollo del turismo corporativo en términos locales.
- Dirigir y promover estudios de turismo MICE, competitividad e investigaciones especializadas del sector en la región.
- Promocionar, en el país y en el exterior a Pereira y Risaralda como destino de turismo corporativo.
- Promover y gestionar la obtención de recursos y fondos públicos y privados, locales y extranjeros, para el cumplimiento de los objetivos del CVBP.
- Desarrollar estrategias para la captación de eventos nacionales e internacionales para Pereira.
- Crear escenarios de concertación entre los entes públicos y privados para el desarrollo de estrategias de fortalecimiento de Pereira y/o Risaralda como destino MICE.
- Las demás delegadas por la gerencia.

3.5.3. Del Practicante/Pasante: será nombrado por el comité de Fundadores de Invest in Pereira, por un periodo de seis (6) meses o un (1) año, quien podrá estar en el cargo por un máximo de un año. Siendo responsable de apoyar al coordinador del Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira, en la sostenibilidad y crecimiento de la estrategia.

3.5.4. Perfil del Practicante/Pasante: será un estudiante universitario de noveno o decimo semestre, que estudie en áreas afines a la administración de empresas, negocios internacionales, turismo, ingeniería industrial, economía y/o carreras afines. Con conocimientos intermedios del idioma inglés y uso adecuado de las herramientas de office y redes sociales.

Funciones:

- Apoyar la dirección general del Bureau de eventos y convenciones de Pereira.
- Apoyar el desarrollo del plan de acción establecido para el Bureau de Pereira.
- Proponer estrategias de desarrollo del turismo corporativo en términos locales.
- Apoyar la construcción de estudios de turismo MICE, competitividad e investigaciones especializadas del sector en la región.
- Apoyar la recaudación e interpretación de cifras y datos del sector turístico.
- Apoyar en la consolidación de propuestas de valor o biddingbooks para convocatorias.
- Acompañar y apoyar en el desarrollo de estrategias para la captación de eventos nacionales e internacionales para Pereira.
- Las demás delegadas por la coordinación del Bureau de eventos y convenciones de Pereira.

4. El Objeto

El turismo MICE está compuesto por:

Turismo de Negocios El motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales llevadas a cabo en reuniones de negocios con diferentes propósitos y magnitudes. La dificultad reside en determinar una oferta competitiva y dar satisfacción al viajero que busca reposo y una atención eficaz.

Turismo de eventos incluye congresos, convenciones, ferias, exposiciones, viajes de incentivo, festivales. Es una modalidad del turismo de negocios, que moviliza esencialmente a líderes de opinión en distintas ramas del conocimiento, la ciencia, la tecnología, las finanzas o el comercio.

Turismo de convenciones Suele reunir a distintos profesionales de una misma empresa con el objeto de dar a conocer a sus empleados un nuevo producto, tratar la planificación estratégica para la nueva campaña, etc.

Turismo de Incentivos el incentivo es de placer. Utilizado por la dirección de grandes empresas para mejorar el rendimiento de sus empleados. Se les incentiva con un viaje que puede ser individual o de grupo.¹

El Bureau de eventos y convenciones de Pereira, deberá integrar la estrategia de turismo MICE (Meeting, Incentives, Conventions, Exhibitions), para la ciudad de Pereira e integrar los demás municipios de Risaralda para definir su potencial como destino de Incentivos.

Los socios aportantes del Bureau bajo esta modalidad continuarían siendo los mismos socios de Invest in Pereira: Alcaldía de Pereira a través de InfiPereira, Gobernación de Risaralda y Cámara de Comercio de Pereira, con el propósito de aprovechar el exitoso modelo de gestión de la Agencia de Promoción de Inversiones de Risaralda.

Sin embargo, es de mencionar que varias entidades municipales y departamentales están haciendo alguna labor que contribuye a la gestión del Bureau, por lo cual el foco del CBP (Convention Bureau Pereira) es el turismo corporativo, por medio de la

¹Turismo MICE - Turismo de negocios, turismo de congresos y turismo de inc
<http://turismomice.wordpress.com/introduccion/>



Invest in
Pereira
Agencia de Promoción de Inversión de
Risaralda

promoción y preparación del destino, identificando las falencias del sector en la ciudad y el departamento, sin ser el Bureau de eventos y convenciones, el responsable de la solución.

Del mismo modo, se crea un escenario de concertación público y privado, entre las instituciones territoriales y las empresas que hacen parte del sector turístico, para ofrecer a la ciudad de Pereira en escenarios nacionales e internacionales, en la medida que existan las condiciones apropiadas.

Por lo tanto, el Bureau de Pereira, es el ente encargado de hacer los diferentes ejercicios de concientización y amoldamiento tanto al Plan de Desarrollo de Pereira como el Plan de Desarrollo de Risaralda, para generar una mayor objetividad en las interacciones con todos los miembros del sector, crear escenarios apropiados para el desarrollo del turismo MICE, generar mayor credibilidad y confianza ante los usuarios de los servicios que presta cada uno de los eslabones del sector turismo corporativo y afiliarlos a la estrategia, para potencializar el destino.

Asimismo, el Bureau de eventos y convenciones de Pereira, debe agrupar a todos los involucrados en el turismo corporativo de la ciudad y departamento, representados tanto en institucionalidades públicas (instituto municipal de cultura y fomento al turismo, dirección de turismo departamental,...) como privados (operadores, hoteleros...), para permitir la interacción efectiva entre todos los eslabones del sector. Debido a que, el Bureau debe hacer de Pereira y Risaralda un destino vendible, lo cual requiere de un objetivo común entre los distintos entes que integran el turismo MICE en la ciudad y el departamento.

Permitiendo lo anterior, potencializar las instituciones que se involucran al ejercicio de promoción y mejoramiento del territorio, para posicionar a Pereira como destino MICE, puesto que permite: la formalización de las empresas (Cámara de Comercio de Pereira), impactos positivos para la ciudad y/o departamento, reflejados en mayores ingresos para privados y públicos (Alcaldía de Pereira, Gobernación de Risaralda, empresarios), entre otras dinámicas de complementariedad.

Por otro lado, el funcionamiento del Bureau de Pereira, depende enormemente del aporte del sector privado, el cual inicialmente no estará vinculado a la estrategia a través de membresía, sino por medio de argumentos comerciales y políticos que generen una lluvia de oportunidades, que permitan el fortalecimiento y preparación idónea del sector empresarial, frente a los retos que se presentaran en las actividades de posicionamiento de Pereira como destino MICE.

5. Propuesta de gestión, para la promoción de destino MICE en mercados nacionales e internacionales.

La iniciativa de promover a Pereira como destino MICE (Meeting, Incentives, Conventions and Events/ Exhibitions), requiere de un proceso de promoción, posicionamiento y captación de eventos en mercados regionales, nacionales e internacionales. Por medio de un plan estructurado que permita exponer las capacidades y competencias que tiene el territorio como un destino de turismo corporativo, al tiempo que se deben identificar las falencias de la ciudad en términos de turismo MICE, para promover acciones de mejoramiento.

Teniendo en cuenta lo anterior, se deben llevar a cabo los siguientes pasos para la potencialización del Bureau en Pereira y de sus resultados en el mediano y largo plazo:

- Identificar las ventajas competitivas y comparativas del territorio, en términos de turismo corporativo, frente al resto de ciudades de Colombia y posteriormente frente a las principales ciudades sedes de eventos ICCA (Asociación internacional de congresos y convenciones) en Latinoamérica.
- Crear una imagen para el Bureau de Pereira, con la finalidad de promocionar el territorio como destino MICE, con particularidades de la ciudad.
- Se deben identificar las principales empresas asociadas al sector turístico de Pereira y la región, para fortalecer los servicios y productos que ofrecen

actualmente, con el objetivo de tener en el radar las mejores empresas en el desarrollo de productos y servicios del sector.

- Identificación de las empresas más representativas del sector turístico Risaraldense que se beneficiarán al potencializar las ventajas comparativas del departamento.
- Se debe contemplar en toda ocasión las metas que se tienen en el territorio, dirigidas por el sector público, para conocer el direccionamiento de los recursos y la apuesta en el mediano y largo plazo que tienen para la región, en términos turísticos e ir conforme a los lineamientos propuestos.
- Es importante identificar las asociaciones con sede en el territorio que puedan ser gestoras del tema de identificación de posibles eventos a captar para la ciudad y la región.
- Análisis de información secundaria de los planes de competitividad propuestos por el departamento, los estudios que desde la academia se adelantan en el sector turístico y las iniciativas de gremios, institutos de investigación y desarrollo y sector productivo para el fortalecimiento empresarial de dicho sector.
- Se requiere gestionar recursos que permitan el buen funcionamiento del posible plan de acción para el Bureau de Pereira, por lo cual se debe socializar con los potenciales participantes del sector e instituciones involucradas, los distintos procesos a llevar a cabo y el impacto socio económico que esto representa para la sociedad en general de la región. Con el fin de concientizar a los posibles socios locales de la estrategia y dar a conocer las necesidades que se tienen para el mejoramiento constante de una estrategia de promoción como destino MICE.
- Es importante resaltar a los actores públicos, tanto locales como regionales, la necesidad de elaborar políticas públicas que garanticen en el largo plazo un enfoque de la región hacia el turismo MICE.
- Creación de la Marca Bureau
 - Que posicione el territorio como destino turístico.
 - Posicionamiento y reputación



Invest in
Pereira
Agencia de Promoción de Inversión de
Risaralda

- Estrategia de comunicación

ANEXO 1: PRINCIPALES HALLAZGOS

1.1. Hallazgos en los principales Bureaux de Colombia

Desde Invest in Pereira, se realizaron visitas a los tres principales Bureaux de Colombia; Bogotá, Medellín y Cartagena, que permitieron conocer el modelo operativo y los componentes del plan de acción de cada uno de éstos, siendo insumo principal para la propuesta de Pereira. Los principales hallazgos son los siguientes:

1.1.1. Recursos: Los bureaux de Bogotá y Medellín reciben recursos del sector público y del sector privado, siendo una regla general las afiliaciones de las instituciones pertenecientes a la cadena del Turismo Corporativo. El Bureau de Cartagena funciona con recursos 100% privados, provenientes de las instituciones y empresas afiliadas. Los recursos del sector público son gestionados a través de la inclusión de eventos dirigidos a los sectores y actividades específicas incluidas dentro de los planes de desarrollo y en el caso de Bogotá, son entregados por cada evento captado. Las afiliaciones son gestionadas a manera de contraprestación por servicios de valor agregado que presta el Bureau de manera exclusiva a sus afiliados (inclusión de servicios dentro de propuesta de valor, acompañamiento para captación de eventos, capacitaciones, participación conjunta en ferias, entre otros). Adicionalmente, algunos de ellos generan ingresos propios a través del diseño y comercialización de productos para el mercado de incentivos (Bogotá y Cartagena) y turismo vacacional (Medellín). El presupuesto de operación va ligado al esfuerzo que la ciudad deba hacer para su promoción: Cartagena, siendo un destino turístico posicionado por excelencia, es el que menor presupuesto maneja (\$500 millones); por el contrario, Medellín, que es la ciudad donde el Bureau fue más recientemente creado, y por lo tanto ha debido hacer un esfuerzo más grande, es el que maneja mayor presupuesto (\$10,000 millones).

1.1.2. Figura Jurídica: Todos los bureaux operan bajo una figura jurídica independiente de cualquier socio aportante (fundación sin ánimo de lucro por fines privados, corporación sin ánimo de lucro, asociación privada sin ánimo de lucro). A pesar de tener ingresos privados, todo su presupuesto va destinado a promoción de ciudad.

1.1.3. Estructura Organizacional: La estructura está ligada también a los esfuerzos que la ciudad deba hacer para su posicionamiento, y por supuesto a la variedad de su

portafolio. En este sentido Cartagena opera con 9, Bogotá con 12 y Medellín con 31 personas. En todos los casos, el equipo de trabajo involucra un Director, un Departamento de Mercadeo y Comunicaciones, un área Administrativa y Contable, y un área encargada de Afiliados. El resto del equipo se especializa por segmento de acuerdo con la propuesta de valor (eventos, vacacional, incentivos, etc.).

1.1.4. Estrategia General: Dependiendo de las fortalezas propias del territorio, cada uno de los Bureaux tiene productos y ofertas para todas o algunas de las categorías MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Events). Hasta la fecha, únicamente Cartagena cubre de manera proactiva los cuatro segmentos, Bogotá está hasta ahora diseñando su estrategia de promoción de incentivos para completar su oferta MICE, y Medellín aún no trabaja de manera proactiva el sector de incentivos. Adicionalmente, Cartagena incluye la promoción de bodas dentro de su portafolio, y Medellín, las ferias de la ciudad y el turismo vacacional. Tanto el Bureau de Medellín como el de Bogotá, promocionan también el territorio departamental.

1.2. Asistencia a eventos

Invest in Pereira, identificó tres eventos a los cuales se asistieron, con la finalidad de identificar tendencias nacionales e internacionales del sector MICE.

1.2.1. Congreso para Reuniones y Viajes Corporativos: la profesional en inteligencia de mercados y facilitación Sayal Lorena Aristizábal en compañía de la Dra. Ana Margarita Hernández, asistieron al evento, en el cual se conocieron las principales tendencias del consumidor del turismo corporativo, algunas estrategias virtuales para atender mencionado mercado, el funcionamiento e importancia de los DMC – Destination Manager Company y el TMC Travel Manager Company y algunas buenas practicas a llevar a cabo con cada eslabón del sector, para ser más competitivos como destino MICE.

1.2.2. Seminario Nuevas Tecnologías para el Turismo de Reuniones: Asistió la Dra. Natalia Hernández, directora de mercadeo de la Cámara de Comercio de Pereira, ya que dicha área será la encargada de gestar la estrategia de publicidad del bureau. Asimismo, el evento permitió identificar oportunidades de aprovechamiento de la tecnología sobre infraestructura física para el desarrollo de eventos, como el actual recinto ferial Expofuturo y el próximo Centro de Eventos y Convenciones. De igual

forma, se sostuvo una reunión privada con el Sr. CorbinBall, experto en el tema de estrategias de mercadeo para Bureaux a nivel internacional y nombrado por la revista Successful Meetings en Enero de 2012, como una de las 25 personas más influyentes en la industria del Turismo de Reuniones, del cual se recibió retroalimentación con respecto a las estrategia de posicionamiento adecuada para el futuro Bureau de Pereira.

1.2.3. Simposio Internacional - Industria de Eventos y Convenciones- Innovación, Organización y Estrategia: la Gerente de Invest in Pereira, Dra. Natalia Guzmán asistió al simposio internacional, que reunió importantes autoridades de la industria MICE a nivel nacional e internacional, se validaron tendencias en términos de promoción y manejo administrativo y financiero que permitieron validar lo planteado hasta el momento como Modelo de Gestión y Plan de Acción.

A continuación se resumen las principales conclusiones:

- La participación del sector público en la promoción de un territorio como destino para turismo corporativo resulta tan necesario como la vinculación de los diferentes actores privados pertenecientes a la cadena turística; ambos son indispensables para lograr un efectivo posicionamiento y un compromiso serio con actividades de mejoramiento.
- En términos de promoción se evidencia la necesidad de hacer labores proactivas en los mercados identificados, comunicando siempre un mensaje claro sobre la experiencia al usuario final (asistente al evento) en lugar de producto, integrando siempre el uso de las herramientas tecnológicas, y con herramientas concretas de incentivo para los visitantes (exenciones de visas, o de impuestos, como el caso Mexicano).
- En términos financieros se puntualizó sobre la importancia de focalizar esfuerzos a la captación de eventos de mayor duración para aumentar la derrama económica en la región.

1.3. Conclusiones



Invest in
Pereira
Agencia de Promoción de Inversión de
Risaralda

El estudio de benchmark en Colombia y la asistencia a importantes eventos permitió validar la importancia de la industria MICE actualmente en el mundo, la cual brinda excelentes escenarios para la economía risaraldense. Asimismo, conocer el funcionamiento de los tres principales Bureaux de Colombia, permitió acceder a información valiosa para la puesta en marcha del Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira.

Anexo 011:
Plan de Acción Bureau
33 hojas

PLAN DE ACCIÓN 2014
BUREAU DE EVENTOS Y CONVENCIONES DE PEREIRA

1. Introducción

Actualmente, el turismo es una industria que genera excelentes ingresos y promueve el desarrollo económico y social en distintos países alrededor del mundo, pues permite y exige la creación de escenarios y condiciones idóneas para su el aprovechamiento. Y es que son precisamente, las mejoras en infraestructura vial, aeroportuaria y hotelera, la creación de una imagen ciudad, el fortalecimiento de una cultura ciudadana y el desarrollo de capacidades bilingües, algunas de las exigencias que permiten el aprovechamiento de los atractivos naturales o geográficos de un destino, ya que a través del turismo se puede generar más empleo, se dan importantes transferencias de conocimiento y tecnología, que redundan en el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes. Lo anterior, es solo posible sí se desarrollan estrategias focalizadas entre los diferentes actores públicos y privados de una región para desarrollar una industria exitosa.

Teniendo en cuenta lo anterior, Colombia ha generado variedad de estrategias nacionales lideradas desde el sector público, integrando al sector empresarial para el aprovechamiento de las bondades territoriales de cada región del país con miras a desarrollar la industria turística a través de un modelo exitoso de diferenciación y especialización.

Muestra de lo anterior es el trabajo que se ha desarrollado desde Proexport Colombia a través de la creación de la marca país “la respuesta es COLOMBIA” que busca mostrarle al mundo las características del país en términos de naturaleza, talento humano, innovación, cultura, inversión, entre otros, para su posicionamiento como destino atractivo para diferentes tipos de turismo, entre ellos el corporativo. Lo anterior demuestra la importancia que le ha conferido el Gobierno Nacional a la necesidad de construcción de escenarios y condiciones idóneas para el



Invest in
Pereira
Agencia de Promoción de Inversión de
Risaralda

aprovechamiento de las oportunidades que se generan alrededor del turismo en Colombia.

Risaralda no ha sido ajena a esta dinámica, pues también han entendido las autoridades locales y gremiales de la región la importancia de la industria turística para la economía regional, ya que se han materializado iniciativas concretas relacionadas con el desarrollo de la infraestructura adecuada para su aprovechamiento. Es el caso puntual de la construcción del Parque Temático de Flora y Fauna, la modernización del Aeropuerto Internacional Matecaña, la construcción del Centro de Eventos y Convenciones de Pereira, y la atracción de inversión en infraestructura hotelera, entre otras iniciativas que permiten a la región, entrar a competir de manera adecuada en la industria del turismo.

Adicionalmente Risaralda, ha realizado distintos ejercicios liderados por la Cámara de Comercio de Pereira, la Alcaldía Municipal de Pereira, InfiPereira, Instituto de Cultura y Fomento al Turismo, Gobernación de Risaralda, Proexport Triangulo del Café, Cotelco, Anato, entre otras, que ha permitido ir acercando y direccionando a la región hacia la identificación del tipo de turismo que se debe promocionar desde el departamento, teniendo en cuenta las bondades con las que cuenta la región versus las tendencias mundiales de turismo.

Lo anterior ha permitido identificar el Turismo MICE (Meeting, Incentives, Conventions, Exhibitions), como un subsector con gran potencial para la región y transversal a todos los productos turísticos alrededor de la aventura, el turismo histórico y cultural, el ecoturismo y el turismo de compras y entretenimiento.

Siendo el Turismo MICE una industria que demanda servicios de alta gama, aporta un gasto promedio por visitante relativamente alto y permite en la mayoría de los casos que el turista corporativo regrese al destino nuevamente, para aprovechar los atractivos como turista vacacional, convirtiéndose en un incentivo para los demás productos turísticos existentes en la región risaraldense.

Es en este sentido, se ha planteado el Plan de Acción que se presenta a continuación, para la puesta en marcha del Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira con miras al posicionamiento del territorio como destino MICE.

2. Tendencias del turismo corporativo

2.1. Internacional

El turismo corporativo o turismo MICE, ha sido una industria que ha tomado gran fuerza en los últimos años en el mundo, debido a los altos ingresos que genera en distintos países del mundo, puesto que el turista que realiza este tipo de actividad, es por lo general un individuo que tiene un alto poder adquisitivo, ya que se estima que, el gasto promedio por asistente a una reunión es de USD2.424 y por día del evento alrededor de USD678. Significando un gran aporte a la economía de cualquier territorio, ya que el mercado actual de la industria MICE está conformado por aproximadamente 5,5 millones de personas anualmente.

Asimismo, la dinámica del turismo MICE, toma relevancia a partir del gran número de eventos que se realizan anualmente en el mundo. En 2012, se llevó a cabo un promedio 11.156 eventos, según IREC – Iniciativa Risaralda Eventos y Convenciones, siendo Europa, el continente con mayor número de eventos realizados y Suramérica la región con mayor crecimiento en los últimos 12 años (228%).

La distribución de los eventos del año 2012 es de la siguiente manera, según la región del mundo:

- Europa, 4.901 eventos, es decir, 58,12% del total de eventos en 2012.
- Asia, 1.543 eventos, es decir, 18,3% del total de eventos en 2012.
- Norteamérica, 898 eventos, es decir, 10,65% del total de eventos en 2012.
- Suramérica, 631 eventos, es decir, 7,48% del total de eventos realizados en 2012.

- Nro. 1 Brasil
 - Nro. 2 Argentina
 - Nro. 3 Colombia
- Centroamérica, 258 eventos, es decir, 3,06% del total de eventos en 2012.
 - África, 201 eventos, es decir, 2,38% del total de eventos en 2012.
- Fuente: ICCA, elaboración IREC -CCP.

Por otro lado, el turismo MICE genera dinamismo en la economía de los destinos donde se celebran los eventos, debido a que requiere por lo general más de un día para su desarrollo. Según datos del ICCA - International Congress and Convention Association, el promedio de días a nivel mundial que toma la ejecución de un evento es de 4 días. En los cuales el 80% de los eventos tiene menos de 500 asistentes, ya que el número de participantes ha decrecido aproximadamente 25% en un periodo de 10 años, siendo el promedio de asistentes en su mayoría entre 50-149, 150-249 y 250-499.

Conjuntamente el desarrollo de cualquier evento requiere un lugar de realización y según la tendencia mundial, los lugares más usados son de mayor a menor los siguientes: Hoteles, Centros de Convenciones y Universidades. Además las principales temáticas de los eventos realizados a nivel mundial entre 2008 y 2012, son ciencias médicas 17%, tecnología 14%, ciencias 13%, industria 7%, educación 6%, ciencias sociales 5%, economía 4%, gestión 4%, transporte y comunicaciones 4%, entre otras. (IREC, 2013)

2.2. Nacional

Colombia es el tercer país de Suramérica con mayor número de eventos ICCA , después de Brasil y Argentina, realizando en 2012, cerca de 138 eventos ICCA, concentrados principalmente en Bogotá y Cartagena.

Lo anterior, se sustenta también con los distintos motivos de viaje de los viajeros extranjeros a Colombia, puesto que el 7,50% de los viajeros visita a Colombia por la

asistencia a eventos. Lo cual representó alrededor de 126.982 personas en 2012 (PROEXPORT, 2013). Provieniendo el 80% de los asistentes extranjeros de América del Sur (48%), seguido de América del Norte (25%) y de la Unión Europea (13%).

La duración de los eventos en Colombia es de aproximadamente 3,3 días, realizándose el 53,40% de los eventos en instalaciones de hotel, el 31,80% en centros de exhibiciones y conferencias y el 11,50% en universidades. La mayoría de ellos en el trimestre entre septiembre y noviembre. Con un número promedio de asistentes que se ajusta a la tendencia internacional, es decir en promedio 500 asistentes.

Los sectores económicos que realizaron más eventos a 2011 en Colombia son principalmente: ciencias médicas 19.5%, industria 9.8%, economía 8.8%, tecnología 7.8%, ciencias 6.8%, ciencias sociales 6%, entre otras que cumplen con la misma dinámica internacional.

2.3. Regional

Pereira y en general Risaralda, tienen un gran potencial por desarrollar en la industria del turismo MICE (Meeting, Incentives, Congress and Exhibitions), debido a varios factores, entre ellos la alineación institucional por la apuesta en términos de infraestructura idónea para el desarrollo de turismo MICE en la capital risaraldense, a la privilegiada ubicación geográfica de la región, entre otros. Además, los motivos de visita de turistas a la ciudad de Pereira son principalmente por la asistencia a congresos y convenciones (33%) y los motivos de viaje de los huéspedes alojados en hoteles de Pereira en el año 2011, es en su mayoría fueron por negocios (45,5%), donde el 74% de los huéspedes se instalaron en la ciudad entre 1 y 3 días. (PLAN MAESTRO DE TURISMO, 2013).

Asimismo, analizando la dinámica de los eventos realizados en Pereira entre el año 2010 y 2013, se obtienen las siguientes conclusiones:

- Se realizaron alrededor de 58 eventos, con un crecimiento del 50% en el número de eventos y convenciones realizadas a partir de 2010, frente al año 2013.

Nota: eventos con al menos 2 días de duración, 1 noche de hotel.

- La duración promedio del 75% de los eventos, es de 3 días.
- La periodicidad de los eventos realizados entre 2010 y 2013, en la ciudad de Pereira es Anual y el 75% de los eventos MICE realizados, se llevaron a cabo durante el segundo semestre del año. Adicionalmente, las exposiciones realizadas en Pereira tuvieron lugar los fines de semana.
 - o Los eventos MICE realizados en Pereira, durante 2010 y 2013, en su mayoría pertenecen a Exposiciones (ferias), con un 52% de representación y Congresos con 42,3% de participación.
- El 33,5% de los eventos MICE realizados, se centraron en el área del conocimiento; Ingeniería, Arquitectura, Urbanismo y Afines.
- Las temáticas de los eventos realizados entre 2010 y 2013 en Pereira, fueron el 20,33% empresarial, el 13,5% automotriz, el 11,8% medio ambiente y el 11,8% salud y belleza.
- El número promedio de asistentes a los eventos en Pereira, se llevaron a cabo de la siguiente manera: Congresos (400 -900), Convenciones (600), Exposiciones (4000 y 8000) y Asambleas (1200). Cuyos recintos más utilizados fueron el Centro de Ferias y Exposiciones-Expofuturo y las instalaciones de los principales hoteles de la ciudad.

VER ANEXO 1: Consolidado De Eventos 2010 -2013 Pereira, Risaralda

3. Plan de acción

3.1. Industria

El turismo MICE, también denominado turismo corporativo o de negocios, es una industria bastante amplia, que trae consigo grandes desafíos a territorios que se proyectan como un destino atractivo e idóneo para la realización de diferente tipo de eventos.

Los actores y gestores de mencionada industria son los bureaux de convenciones, las distintas divisiones gubernamentales o estatales que se preocupen por el sector, los organizadores de eventos, los centros de convenciones, hoteles y demás entidades que permitan un dinamismo turístico en determinado lugar.

Sin embargo, para que el turismo MICE sea una realidad en una ciudad, región o país, se deben tomar acciones que permitan la creación de un escenario que concierte a todos los eslabones de la cadena del turismo, para poder transmitir un escenario apropiado al cliente final. Por lo tanto, para posicionar un territorio como destino MICE o destino de turismo corporativo, se debe llevar a cabo el siguiente proceso, el cual representa el paso a paso para la captación de eventos y los actores que son de gran importancia para dicha dinámica.

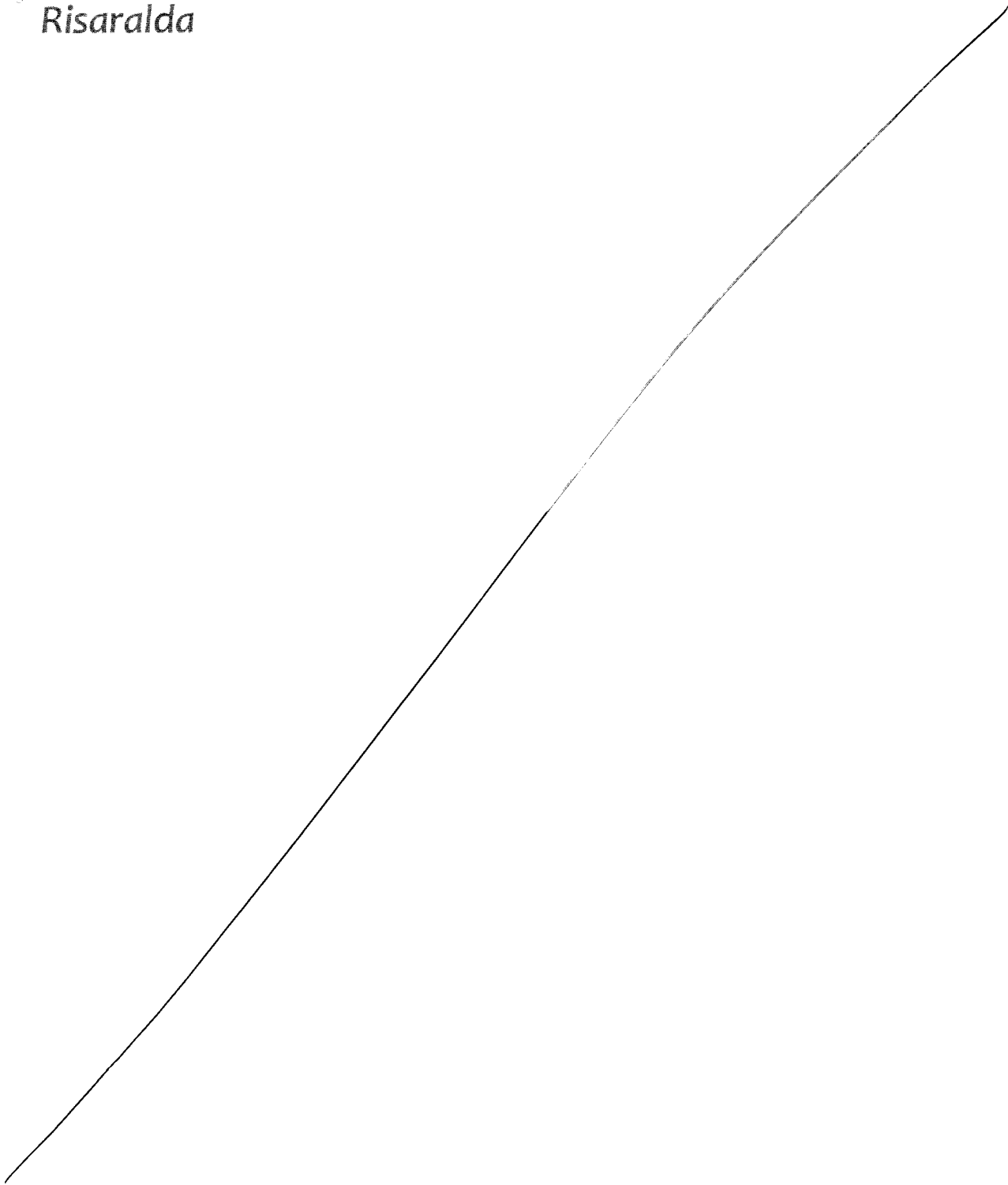
3.1.1. Proceso de Captación de Eventos MICE

Antes de proceder a la promoción de un territorio como destino MICE, se requiere un análisis y manejo profesional de la información, se debe diferenciar los niveles de atención que requiere el evento, planificar la captación y hacer un seguimiento permanente al posible evento a captar.

Lo anterior, depende completamente de un proceso de segmentación de mercados, según el país y el nicho de mercado que se desea explorar, teniendo en cuenta que los eventos tienen características particulares que se deben evaluar, tales como: la temática o área del conocimiento del evento, la duración en términos de días, el mes en el cual se va a realizar el evento, el espacio o instalaciones que requiere, entre otras variables que permiten la construcción de una propuesta de valor idónea, a través de la consolidación de indicadores turísticos que se reflejen en la creación de material promocional, tanto físico como virtual (página web, redes sociales, etc.), para proceder a la identificación de espacios que permitan conocer de primera mano los eventos que están disponibles para ser captados, por medio de un trabajo de posicionamiento del destino, actividades de networking y demás, que permitan la postulación a eventos de carácter internacional. La definición de esta segmentación



Invest in
Pereira
Agencia de Promoción de inversión de
Risaralda



dependerá enteramente de la oferta del territorio en términos de infraestructura y de vocación económica.

3.1.2. Clientes/ Aliados:

Los bureaux de convenciones deben ser los encargados de crear una sinergia entre los distintos actores que hacen parte del sector turismo corporativo, entre los cuales se identifican las entidades que permiten el mejoramiento del destino como los entes territoriales. Además, los bureaux son los encargados de explorar las oportunidades del territorio en términos de turismo MICE, para identificar al tiempo los posibles clientes que pueden ser: gremios, asociaciones, sociedades, universidades entre otros que generen eventos propios o de terceros.

1. Identificación de oportunidades en Colombia: Se requiere realizar un trabajo juicioso en la identificación y articulación con entes afines al sector turístico a nivel nacional. Con la finalidad de identificar mejores prácticas y posibles eventos a captar, desde las oportunidades que nacen al interior del país, a través de la creación de vínculos con los siguientes tipos de instituciones o entidades.

- a. Asociaciones colombianas
- b. OPC (Operadores de Profesionales de Congresos)
- c. Gremios
- d. Gobierno
- e. Sociedades/ Federaciones
- f. Universidades
- g. Bureaus

3.1.3. Proceso de Captación

Una vez el Bureau de Convenciones identifique los posibles clientes proveedores de eventos, realice un trabajo de sinergia con las instituciones encargadas del destino e identifique claramente las ventajas competitivas y comparativas del destino como lugar atractivo de turismo MICE, se debe proceder a la captación del evento, teniendo en cuenta el apoyo de instituciones como Proexport Colombia y la preparación de la

candidatura en el exterior. Adicionalmente, se debe hacer un trabajo de promoción, que permita asegurar el éxito del evento a realizarse en el territorio.

1. Captación
 - a. Trabajo tripartita: Proexport, Asociación (Cliente) y Bureau.
 - b. Definición criterios de apoyo
 - c. Preparación de la candidatura
 - d. Defensa de la candidatura en el exterior
2. Promoción
 - a. El trabajo de Proexport comienza 1 año antes de la realización del evento
3. Realización
 - a. Según la importancia y afluencia del evento

3.1.4. Servicios que hacen parte del proceso

Todo el proceso de captación y preparación del territorio como destino MICE, se debe hacer con apoyo tanto del sector público como privado, para garantizar el éxito de dicha operación. Se debe hacer también un trabajo juicioso y pertinente de inteligencia de mercados que permita llegar al cliente final de manera clara, con apoyo en material promocional, viajes de incentivos, muestras culturales, entre otras actividades que posibiliten al territorio ser destino atractivo para eventos MICE.

1. Bidding Book
2. Cartas de apoyo institucional (de Gobierno)
3. Viajes de inspección
4. Material promocional
5. Muestra cultural
6. Apoyo y acompañamiento en agenda internacional
7. Stand promocional

Fuente: Proexport Colombia

3.1.5. Actividades MICE -Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitionsy/o CICE - Congresos, Incentivos, Convenciones, Exhibiciones.

Con el fin de identificar con total claridad el tipo de actividades a las cuales el Bureau de Pereira deberá enfocarse, es preciso conocer en detalle los alcances de lo comprendido dentro del turismo MICE.

3.1.5.1. Congresos

Se aplica a toda reunión que se realiza con el objeto de encontrar, entre todos los asistentes, caminos comunes de acción en lo que se refiere a un tema u objeto de discusión.

Se define como congreso toda reunión profesional que tiene por objeto realizar una discusión y un intercambio profesional y/o académico en torno a un tema de interés. La iniciativa de realizar el congreso puede ser gremial o institucional, la convocatoria es abierta y la participación voluntaria.

Dentro de esta categoría pueden incluirse los seminarios y juntas de negocios que tienen objetivos de intercambio profesional y académico, aún en el caso de que el patrocinio fuese hecho por una entidad privada o pública. Se considera el evento más complicado desde un punto de vista organizativo.

Fuente: Coordinación de Desarrollo de Clúster, IREC – Iniciativa Risaralda Eventos y Convenciones.

3.1.1.2. Convenciones

Se define como toda reunión gremial o empresarial cuyo objetivo es el tratar asuntos comerciales entre los participantes en torno a un mercado, producto o marca. La iniciativa suele ser empresarial, la convocatoria es cerrada (limitada a un público personalizado y relacionado con el tema) y la participación suele ser por invitación.

Las convenciones incluyen, a diferencia de los viajes de incentivo, un programa técnico en el que los participantes se familiarizan y entablan negociaciones respecto a un campo de negocio específico.

Fuente: Coordinación de Desarrollo de Clúster, IREC – Iniciativa Risaralda Eventos y Convenciones.

3.1.1.3. Exhibiciones

Las ferias especializadas son muestras o exhibiciones públicas que organizan profesionalmente empresas, asociaciones o individuos y cuya finalidad es la venta de productos o servicios de un sector determinado de la economía.

Éstas se dividen en dos:

- **Industriales.** Son aquellas muestras o exhibiciones, de carácter privado o semi-privado, que reúnen a los miembros de un sector empresarial, profesional o comercial con el fin de mostrar adelantos tecnológicos y estimular la venta de productos entre miembros de un sector profesional.
- **Comerciales.** Son aquellas muestras o exhibiciones, que reúnen a miembros de un sector comercial, empresarial, profesional o social con el fin de promover la venta de productos o servicios al público objetivo.

3.1.1.4. Incentivos

Es una estrategia moderna gerencial utilizada para lograr metas empresariales fuera de lo común, al premiar a los participantes con una experiencia extraordinaria de viaje, una vez lograda esa parte que les corresponde a las metas fuera de lo común. El viaje de incentivo es un premio que alcanzan los que demuestran un mejor desempeño en su trabajo. El viaje puede ser realizado individual o grupalmente. Sin embargo, el Bureau de eventos y convenciones de Pereira, deberá integrar la estrategia de turismo MICE (Meeting, Incentives, Conventions, Exhibitions), para la ciudad de Pereira e integrar los demás municipios de Risaralda para definir su potencial como destino de Incentivos.

Fuente: Coordinación de Desarrollo de Clúster, IREC – Iniciativa Risaralda Eventos y Convenciones.

3.2. Características de los Congresos, Convenciones y Exhibiciones, a captar por el Bureau de Convenciones de Pereira, Risaralda.

Los productos a ofrecer desde Risaralda, en el marco del turismo MICE, van directamente relacionado al ejercicio realizado tanto por Invest in Pereira, como la Coordinación de Desarrollo de Clúster de la Cámara de Comercio de Pereira, en la identificación de las tendencias mundiales y regionales de los eventos MICE, según características puntuales, que permiten conocer la dirección o el rumbo que se pretende dar a Risaralda y Pereira, en el camino de aprovechamiento de las oportunidades que brinda el territorio para promocionar el departamento, como destino MICE.

3.3. Tipos de productos a captar

Según estudios realizados por el ICCA (international congress and convention association), Proexport Colombia, la Coordinación de Desarrollo de Clúster de la Cámara de Comercio de Pereira (IREC - Iniciativa Risaralda Eventos y Convenciones), el Instituto de Cultura y Fomento al Turismo e Invest in Pereira, con el apoyo de sus aliados Alcaldía de Pereira a través de InfiPereira, Gobernación de Risaralda y Cámara de Comercio de Pereira, se ha evidenciado que la tendencia mundial del turismo, le apunta al turismo MICE (Meeting, Incentives, Congress and Exhibitions), debido al gran desarrollo y crecimiento económico que le brinda a las ciudades, regiones o países sedes de eventos y convenciones alrededor del mundo.

Siendo Suramérica la región que más crece a nivel mundial en la industria de turismo MICE, con un crecimiento de 228% en los últimos 12 años, según información elaborada por el ICCA, donde las características de los eventos realizados en los últimos años tanto a nivel mundial, como nacional, son semejantes a las características de los eventos realizados en la ciudad de Pereira, durante los últimos tres años.

3.4. Características eventos realizados durante 2010 -2013 en Pereira, Risaralda¹

- Tipos de eventos realizados
 - o Exposiciones/ Ferias
 - o Congresos
 - o Convenciones
 - o Asambleas
- Temáticas: empresarial, automotriz, medio ambiente, salud y belleza.
- Área del conocimiento: ingeniería, arquitectura, urbanismo y afines.
- Número promedio de asistentes a eventos MICE: entre 200 y 400.
- Número promedio de días: 3
- Venue²: Centro de exposiciones, Hoteles.
- Estacionalidad de los eventos: segundo semestre del año.
- Periodicidad de los eventos: anual

Por lo tanto, el portafolio de servicios del Bureau de Convenciones de Pereira, se enfocará en la captación proactiva de Congresos, Convenciones y Exhibiciones, en el corto y mediano plazo, apostando en el largo plazo al posicionamiento de Pereira como destino de viajes de Incentivos.

4. Líneas estratégicas del Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira

El funcionamiento del Bureau de Convenciones de Pereira requiere de lineamientos estratégicos que permitan consolidar líneas de acción para encaminar el proceso de crecimiento del Bureau hacia el éxito en la industria MICE. Por lo tanto se proponen los siguientes lineamientos para el direccionamiento del Bureau:

1. Promoción y Posicionamiento del territorio

¹VER ANEXO 1 EVENTOS DESARROLLADOS EN RISARALDA ENTRE 2010 -2013

²Venue: The place where something happens, especially an organized event such as a concert, conference, or sports competition.

2. Postulación
3. Fortalecimiento
4. Captación

Con la finalidad de delimitar las actividades en tiempo y espacio, que requiere el ejercicio de captación de eventos MICE para realizarse en la ciudad de Pereira, se proponen los siguientes lineamientos estratégicos:

4.1. Promoción y Posicionamiento del territorio

Se incluyen en este lineamiento, todas las actividades que permitan la promoción y/o posicionamiento de Pereira como destino MICE, en un ámbito nacional e internacional. A través de la generación de conocimiento, promoción de la ciudad en distintos escenarios y la divulgación de información enfocada al público final con productos definidos. Entre esas actividades están:

- Estrategia de comunicaciones y mercadeo
 - o Creación de una estrategia de plan de medios, en canales especializados en turismo de reuniones.
 - o Establecimiento de una campaña agresiva y sostenida de promoción y mercadeo de destino.
- Participación en eventos especializados en el segmento MICE, según el mercado objetivo.
 - o Ferias especializadas en turismo de negocios
 - o Eventos y Exposiciones para posicionamiento de marca ciudad
 - o Eventos relacionados con turismo nacional e internacional
 - o Vitrinas turísticas
- Estructuración de un programa de viajes de familiarización de periodistas y agentes de viajes de acuerdo con los mercados/productos identificados.

4.2. Postulación

Una vez se haya realizado un ejercicio juicioso de promoción y posicionamiento del territorio como destino MICE, se deben identificar los posibles eventos que podrían

realizarse en Pereira, para poder postular la ciudad como destino MICE de determinado evento. Por lo tanto se requiere en esta etapa:

- Presentación del destino
 - Preparación de la oferta turística
 - Consolidación de la información.
 - Estrategia de medios
 - Concientización y preparación de los actores locales.
 - Realización del Bidding Book, según los requerimientos específicos
 - Asistencia a la postulación
- Alianzas estratégicas binacionales
 - Según el mercado objetivo, en términos de país
 - Según el evento, en términos de asociación o empresa.

4.3. Fortalecimiento

El éxito del Bureau de Pereira, depende en gran medida del fortalecimiento continuo que se ejerza sobre el mejoramiento del destino, en términos de actores locales, atractivos turísticos e infraestructura para la realización de eventos internacionales. Por lo tanto, se deben ejecutar acciones que validen lo anterior, por medio de:

- Articulación del sector: Fortalecimiento institucional necesario para el desarrollo de la actividad.
 - Articulación de los actores locales (cadena turismo)
 - Trabajo conjunto con el sector público y privado.
 - Gremios
 - Corporaciones de turismo
 - Buros de convenciones
 - Secretarías de turismo
 - Institutos de turismo
 - Cámaras de comercio
- Alianzas estratégicas
 - Con entes territoriales para:
 - Mejoramiento de las condiciones de seguridad para los viajeros

- Mejoramiento de los eslabones de la cadena de turismo de Pereira y Risaralda.
- Atracción continúa de turistas nacionales e internacionales a la región, en términos de turismo MICE.
- Suscripción de alianzas comerciales con agentes de viajes mayoristas para la venta del destino.
- Alianza con entidades binacionales en el marco del aprovechamiento de los TLCs regionales que posee Colombia en vigencia.
- Intercambio de información y apoyo en actividades de lobby para la rotación de congresos entre países que poseen buena relación con Colombia (Ej. CAN, Alianza del Pacífico, etc.)
- Alianza con el sector privado de aviación, para la creación de estrategias de atracción continúa de turistas internacionales.
- Talento Humano
 - Formación del recurso humano y sensibilización turística.
 - Apoyo de actividades de mejoramiento del talento humano en términos de capacidades de bilingüismo.
- Información
 - Consolidación y alimentación permanente de un sistema de información turística que permita formular políticas de gobierno y el uso de tecnologías de la información y la comunicación.

4.4. Captación

Este es un lineamiento de gran importancia en el funcionamiento del Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira, ya que este es el paso final para lograr realizar un evento MICE en la ciudad. Donde se mide la capacidad de ejecución del territorio y la gestión que se logra para llevar a cabo con éxito cualquier evento, por medio de alianzas público - privadas que lidera el Bureau, con el fin de asegurar lo siguiente:

- Articulación local
 - Comunicar a todos los actores involucrados en la estrategia, las características de los eventos captados.

- Proponer mejoras continuas a los actores locales, de acuerdo al evento a realizar.
- Estrategia de comunicaciones
 - Divulgación del evento captado con anticipación a la fecha de realización.
- Facilidad de acceso a la locación:
 - Vuelos país y/o ciudad
 - Acceso intermunicipal y municipal a la infraestructura del evento.
- Capacidad de alojamiento para el evento.
 - Opciones de acomodación por zona de la ciudad.
 - Opciones de acomodación por habitación.
 - Adecuación y flexibilidad en las políticas de cancelación y solicitud de alojamiento.
 - Flexibilidad en hora de check in y checkout.
 - Continúa actualización y mejora sobre la información del tipo de habitaciones, tarifas, servicios complementarios, entre otras acciones que beneficien en el desarrollo del evento.
 - Políticas de pago.
 - Mecanismo de control de las reservas de los participantes.
- Atractivos turísticos
 - Brindarle información de primera mano a los empresarios, con el fin de crear ofertas turísticas según las características de los participantes de los eventos.
 - Acompañamiento a los empresarios locales para las distintas adecuaciones que se deban hacer frente a los atractivos turísticos que cada uno ofrece.

5. Ejes temáticos: áreas a especializarse

El buen funcionamiento del Bureau de Convenciones de Pereira, se debe encaminar a la creación y seguimiento de buenas prácticas que permitan el crecimiento y

posicionamiento del territorio como destino MICE. Por lo tanto, la propuesta es fortalecer la promoción del destino en mercados prioritarios, diversificando los mercados y productos, a través del aprovechamiento de los Tratados de Libre Comercio.

Así que, la propuesta se encamina en focalizar las capacidades de Pereira y Risaralda hacia la captación de eventos especializados, según áreas y/o temáticas más fuertes de la región. Esto solo se logra por medio de un proceso de inteligencia de mercados local e internacional, que permite la captación de nuevos conceptos y la creación de nuevos eventos especializados propios del destino. Ya que el ideal de un territorio que busca posicionarse como destino MICE es tener la capacidad de crear eventos propios, con ideas propias y originales del destino.

Fuente: clúster turismo de negocios, ferias y convenciones. Medellín y Antioquia

5.1. Áreas del conocimiento que se proponen para ser foco en Pereira y Risaralda, en términos de Turismo MICE:

- Ingeniería, Arquitectura, Urbanismo y Afines.
- Economía, Administración, Contaduría y Afines
- Ciencias de la Salud
- Bellas Artes

5.2. Mercados

El mercado objetivo del Bureau de Convenciones de Pereira, se debe hallar según las potencialidades del destino versus la demanda actual en Latinoamérica y demás mercados hispanoparlantes.

Adicionalmente, el mercado objetivo se debe analizar y explorar desde un orden local, seguido del nacional hasta llegar al internacional, de la siguiente manera:



Invest in
Pereira
Agencia de Promoción de Inversión de
Risaralda

- Local
 - Empresariado local
 - Gremios y Asociaciones
 - Gobierno Local y Regional
 - Ferias locales y sectoriales
 - Consolidar clientes y generar recurrencia
- Nacional
 - Gremios y Asociaciones
 - Instituciones educativas y culturales
 - Convenciones empresariales
 - Entidades gubernamentales
 - Congresos itinerantes
 - Ferias
 - Ofertar y atraer a la ciudad eventos que ocupen otros espacios
- Internacional
 - Convocatorias
 - Cooperación
 - Asociaciones y redes internacionales
 - Organismos multilaterales
 - Hacer gestión y aplicar a convocatorias (Dar garantías para atraer)

Fuente: Eafit y Cámara de Comercio de Pereira.

Aunque se recomienda apuntarle, primero a la captación de eventos internacionales o nacionales, antes que a eventos locales, dado que lo internacional y nacional se planifica con mayor anticipación y permite llenar las estacionalidades, con lo local.

Adicionalmente según estudios realizados por Proexport Colombia, las oportunidades para el Triángulo del Café en el mundo se encuentran plasmadas de la siguiente manera:

Segmentación de mercados: Turismo de reuniones

PRIORITARIOS	ESTRATEGICOS	EXPLORACIÓN	ALIANZA PACIFICO
Argentina	Alemania	Rusia	Mercosur (Congresos)
Chile	Canadá	Corea del Sur	CAN (Congresos)
España	Francia	Bolivia	
Estados Unidos	Reino Unido		
Perú	Caribe		
Venezuela	Centro América		
Ecuador			
México			
Brasil			

Fuente: Proexport Colombia

Donde indudablemente Pereira, debe centrarse en los mercados prioritarios, es decir en el mercado Americano y Español, sin limitarse en las capacidades y ventajas que posee frente a otros destinos que pueden ser interesantes como Corea del Sur, a través del aprovechamiento de los Tratados de Libre Comercio que posee Colombia con el mercado Asiático.

5.3. Eventos

El primer año de creación del Bureau de Eventos y Convenciones de la ciudad de Pereira se debe centrar en la promoción y posicionamiento del territorio como destino MICE. Por medio de la participación en eventos que permitan un relacionamiento y conocimiento de la industria a nivel nacional e internacional. Principalmente a través de la participación de eventos de networking, congresos, ferias y show rooms, que den vía a la creación de una red de contactos e identificación de posibles clientes en el mediano plazo.

Adicionalmente, se plantea que la participación en eventos es muy importante tanto para el posicionamiento de Pereira como destino MICE, como para dar los primeros pasos en captación de futuros eventos a realizarse en la ciudad. Puesto que, después de un posicionamiento de marca región, se puede participar activamente en eventos de exposición, como vendedor de destino y no simplemente como visitante u observador.

Por lo tanto, se propone la participación en los siguientes eventos durante el año 2014, para comenzar a construir un camino sólido en la promoción de Pereira como destino MICE.

Nombre del evento	Tipo de evento	Objetivo del evento	Fecha	Lugar	Página Web
EXPO MEETINGS	Feria	Dar a conocer los productos y servicios más innovadores para eventos a través de demostraciones y showrooms en vivo. Generar networking	05 - 06 Marzo 2014	México DF, México. Centro Banamex	http://expomeetingsmexico.com/
IMEX AMÉRICA	Exhibición	America's Worldwide Exhibition for Incentive Travel, Meeting & Events	14 - 16 octubre 2014	Las Vegas, Estados Unidos	http://www.imexamerica.com/
World Travel Market Latin America	Evento	The leading global event for the Latin American travel industry - is the three day must-attend business-to-business (B2B) event which brings the world to Latin America and	23- 25 Abril 2014	Sao Paulo, Brasil Trasamerica Expo Center	http://www.wtmlatinamerica.com/

		promotes Latin America to the world.			
TRAVEL MART LATIN AMERICA	Ronda de negocio	Es una de las rondas de negocios más importantes del rubro.	2014	Salta, Argentina Centro de Convenciones "Limache"	http://www.argentina.travel/pt/press/salta-sera-sede-del-travel-mart-latin-america-2014/450#.Un0-bvnTt2E
COCAL 2014	Congreso - Show Room y Networking	31 Congreso de la Federación de Entidades Organizadoras de Congresos y Afines de América Latina "La sostenibilidad en los eventos y en las p	11 - 13 Marzo 2014	Antigua Guatemala. Hotel y Museo Casa Santo Domingo	http://www.cocal2014guatemala.org/imagenes/quienes-deben-participar.pdf
VITRINA TURISTICA ANATO	Exposición	Un evento especializado y dirigido a los empresarios del sector turístico a nivel nacional e internacional. Ofrece en un solo lugar, todos los productos y servicios turísticos de Colombia y el mundo, para Agentes de Viajes. Visitantes	26 - 28 Febrero 2014	Bogotá-Colombia.	http://www.anato.org/

		2012: 25.855 profesionales de turismo Expositores 2012: 781 Área de exhibición 2012: 12.550 m ²			
MEETING S	Reunione s	Reuniones programadas por Proexport a nivel nacional para conocer y exponer la oferta turística ante posibles compradores.	2014	Bogotá, Cartagena , Medellín.	http://www. proexport.co m.co/

5.4. Asociaciones

Las asociaciones son quizás el principal cliente de un Bureau de Convenciones, debido a que son tomadores de decisiones y gestores de eventos a nivel nacional e internacional. Ya que, las asociaciones realizan de manera periódica eventos que reúnen a personas de todas las áreas del conocimiento y provenientes de todas partes del mundo.

Por lo tanto, el ejercicio que se plantea para el año 2014, es comenzar a identificar las asociaciones nacionales con capitulo o sede en la ciudad de Pereira, posteriormente las asociaciones Latinoamericanas con capitulo o sede en Colombia y finalmente asociaciones internacionales con capitulo o sede en Latinoamérica para comenzar una labor de captación de eventos. Concentrando los esfuerzos en Asociaciones que operen dentro de las siguientes áreas: economía y afines, Salud, Industria, Confecciones, Telecomunicaciones y Medio Ambiente, debido a la dinámica que ha presentado Pereira en los últimos tres años³.

³VER ANEXO 2: Asociaciones Identificadas

5.5. Empresas

Las empresas son clientes directos de los Bureaux de Eventos y Convenciones, debido a que a través de estos tomadores de decisiones se pueden captar asambleas, reuniones, congresos, ferias y/o exhibiciones en distintos sectores económicos.

Por tanto, se propone identificar y construir el próximo año, un listado claro y robusto de las posibles empresas ANCLAS que se encuentran instaladas en la ciudad de Pereira en sectores como: BPO, KPO & ITO, Textiles y Confecciones, Metalmecánica, Turismo, Educación y Agroindustria. Empresas que resulten de un ejercicio arduo de inteligencia de mercados, que requiere visitas y reuniones con los distintos gremios y empresas de la ciudad, con el fin de identificar aquellas que poseen eventos que realicen con alguna periodicidad en Colombia o Latinoamérica, para proponer a Pereira como sede de su próximo evento.

- **Posibles empresas ANCLA:**

- Universidades de la región, como: Universidad Tecnológica de Pereira, Universidad Libre Seccional Pereira, Universidad Católica de Pereira y Fundación Universitaria del Área Andina.
- Empresas más representativas en la ciudad: Busscar de Colombia S.A., Indra, Atento, Audifarma, Suzuki Motors, ABBV, Magnetron, Frisby, Zona Franca Internacional de Pereira, Incoco, Coats Cadenas, Publik, Comfamiliar Risaralda, entre otras.

5.6. Membresías

El Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira, en su proceso de crecimiento y reconocimiento, deberá ser miembro de distintos gremios y/o asociaciones a nivel nacional e internacional que tengan como objetivo la integración de los distintos actores que forman parte de la industria MICE (Meeting, Incentives, Congress, Exhibitions/ Events), con la finalidad de exponer en un espacio los distintos eventos que se pueden captar.

Adicionalmente, el Bureau de Pereira debe ser miembro de importantes gremios de la industria MICE, para generar un mayor dinamismo a la estructura y seguir el desarrollo de objetivos comunes de la industria que lleven al fortalecimiento del sector, con mayores oportunidades de negocio.

Así que se propone que, el Bureau de Pereira durante su primer año de funcionamiento considere la opción de ser miembro al menos de la AIFEC- Asociación Colombiana de la Industria de Ferias, Congresos, Convenciones y Actividades Afines, con el propósito de tener un mayor conocimiento y acceso a la información de las tendencias de la industria MICE en el país, tener información sobre el calendario de eventos de los socios y noticias generales del sector, obtener descuentos y tarifas preferenciales en servicios complementarios para el desarrollo del evento, acceder a convenios realizados por AIFEC, entre otros.

Con un objetivo claro desde el principio, el cual es llegar a ser miembro del ICCA - Asociación Internacional de Congresos y Convenciones, cuyo escenario será el ideal para la captación de eventos internacionales con mayor valor agregado para el territorio.

Gremios nacionales e internacionales de la industria MICE

Entidades	Nombre	Página web
AIFEC	Asociación Colombiana de la Industria de Ferias, Congresos, Convenciones y Actividades Afines.	http://www.aifec.org/
COCAL	Federación de entidades Organizadoras de Congresos y Afines de América Latina	http://coccal.org/
AFIDA	Asociación Internacional de Ferias de América	http://www.afida.org/so breafida-beneficios.html
ICCA	Asociación Internacional de Congresos y Convenciones	http://www.iccaworld.com/

5.7. Programa de Embajadores

En la gestión a realizar para el posicionamiento de Pereira como destino de turismo corporativo, se propone la creación de una red de aliados a nivel local, nacional e internacional denominada “Programa de Embajadores”. La cual consiste en identificar a los Pereiranos o Risaraldenses que cumplan con algún rol empresarial o social en varios países o regiones del mundo, de la siguiente manera:

- A través de una campaña agresiva en redes sociales, principalmente en LinkedIn
- Identificando los directores Pereiranos o risaraldenses de Asociaciones Nacionales o Internacionales.
- Trabajar de la mano de las denominadas “colonias Pereiranas” en los mercados objetivos del Bureau, tales como Latinoamérica.
- Tener un acercamiento con las embajadas y/o cancillerías de Colombia en el mundo.
- Identificar los líderes políticos, culturales y deportistas de Pereira y/o Colombia en el exterior, para realizar una labor de promoción y venta de destino.
- Entre otras actividades que permitan trabajar de cerca con la sociedad risaraldense en pro de la captación de eventos para la región.

6. Presupuesto 2014

El funcionamiento del Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira durante el 2014, requerirá un presupuesto para el sostenimiento de la estrategia, en tres ejes:

- 6.1. **Contrataciones:** El Bureau de Pereira, deberá contar con una persona que lidere la estrategia (Coordinador del Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira), permitiendo el buen funcionamiento del mismo, la generación de herramientas para posicionar a Pereira como destino MICE y el desarrollo de acciones concretas para la captación de eventos.

Adicionalmente, la estructura organizacional del Bureau debe contar con un practicante, que apoye al coordinador del bureau de Pereira, con labores de investigación de mercados, actividades administrativas, apoyo en actividades de logística y demás funciones requeridas por su jefe inmediato. Con la finalidad de generar un crecimiento productivo del Bureau durante su primer año de funcionamiento, ya que el coordinador deberá ejercer actividades de socialización, posicionamiento y promoción de Pereira como destino de turismo MICE.

Por lo tanto, para un año de funcionamiento del Bureau se necesitan **\$54.160.304** pesos, para el pago de nómina de un coordinador y un practicante.

- 6.2. Participación en Eventos:** El Bureau de Pereira, deberá contar con un presupuesto flexible para la participación en eventos a nivel nacional e internacional, que permitan la asistencia a distintos espacios donde se puedan hacer actividades de promoción de destino, posicionamiento de marca y captación de eventos.

Por tal motivo, se requiere de **\$28.000.000** pesos de presupuesto para la participación en ferias, eventos, congresos y demás actividades relacionadas con el sector MICE, del representante del Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira.

- 6.3. Gestión y articulación:** El Bureau debe contar con un presupuesto razonable para la asistencia a reuniones de carácter nacional, en el proceso de visita a posibles clientes (asociaciones, gremios, tomadores de decisiones, etc.), reuniones institucionales con actores nacionales (como Proexport) y demás actividades que requieran de desplazamiento.

Para la gestión de articulación y demás actividades que requieran desplazamiento de un representante del Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira, se contempla un presupuesto de **\$3.400.000** pesos para el año 2014.

6.4. Afiliaciones o Membresías: como parte importante del posicionamiento del Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira, se hace indispensable pertenecer a través de afiliaciones a las principales asociaciones de turismo corporativo de Colombia, Latinoamérica y el Mundo en general. Sin embargo, para el primer año de funcionamiento del Bureau de Pereira, se aconseja ser miembro de la AIFEC – Asociación Colombiana de la Industria de Ferias, Congresos, Convenciones y Actividades Afines, que tiene un costo promedio anual de **\$2.000.000** de pesos.

6.5. Material promocional: el Bureau de Pereira, debe contener un rubro significativo para la construcción de material promocional que permita posicionar a la ciudad de Pereira, como destino de turismo MICE. Asimismo debe contar con material publicitario para promocionar la propuesta de valor de la ciudad en espacios nacionales e internacionales, contando con material virtual y físico.

Conjuntamente, se debe generar una estrategia de posicionamiento y promoción de las ventajas competitivas y comparativas de la región, a través de la creación de un menú para BUREAU DE PEREIRA, en la página web de Invest in Pereira, también por medio de una cuenta propia del Bureau en Twitter, LinkedIn, Facebook y Youtube.

Asimismo, en el área de material promocional, debe haber un presupuesto estimado para la posible compra de Suvenires en caso de tener una postulación para la captación de cualquier evento durante el año 2014, ya que este tipo de actividades requieren de dichos detalles dirigidos a los tomadores de decisiones.

Por lo tanto, se propone tener un presupuesto de **\$35.600.000** pesos, para el mejoramiento de la página web actual de la Agencia, la creación de una animación que contenga las características del destino en términos de turismo, la creación e impresión de plegables con la propuesta de valor de Pereira como destino MICE, la compra de por lo menos 150 suvenires en el año en caso de postulación, con un presupuesto estimado para la posible creación de uno o dos biddingbooks impresos para presentación en postulaciones y por lo menos cuatro pautas del Bureau en medios que posibiliten el posicionamiento del destino.

- 6.6. Consultoría:** Se propone contratar una consultoría del sector turístico en Risaralda, para conocer estadísticamente muy bien el sector en la ciudad de Pereira y en Risaralda, debido a que no existe un consolidado que permita conocer el estado actual de la industria en términos de turismo corporativo. Por un valor aproximado de **\$30.000.000**.

Así que, se presupuesta para el funcionamiento del Bureau de Eventos y Convenciones de Pereira, durante el año 2014, un promedio de **\$153.160.304** millones de pesos, para el desarrollo de cada una de las actividades propuestas⁴.

⁴ VER ANEXO 2: Presupuesto Bureau De Pereira 2014

ANEXOS

ANEXO 1 CONSOLIDADO DE EVENTOS 2010 -2013 PEREIRA, RISARALDA

ANEXO 2 ASOCIACIONES DE CARÁCTER REGIONAL, NACIONAL Y LATINOAMERICANO

ASOCIACIÓN	PAGINA WEB	CARÁCTER	SEDE
CODEGAR - Cooperativa de Ganadería y Agricultores de Risaralda	http://codegar.com/	Regional	PEREIRA
ASOCOLFLORES - Asociación Colombiana de Exportadores de Flores	http://www.asocolflores.org/	Nacional	PEREIRA
FECOLSOG - Federación Colombiana de Obstetricia y Ginecología	http://www.fecolsog.org/	Nacional	PEREIRA
ASEMTUR - Asociación de Empresas de Transporte Urbano del AMCO	http://www.sitesas.com/asemtur/	Regional	PEREIRA
ANDI - La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia	http://www.andi.com.co/	Nacional	PEREIRA
AIR - Asociación de Ingenieros de Risaralda	http://www.sci.org.co	Nacional	PEREIRA
CAMACOL - Cámara Colombiana de la Construcción	http://www.camacolrisaralda.org/es/inicio.html	Nacional	PEREIRA
FENALCO - Federación Nacional de	http://www.fenalco.com.co/	Nacional	PEREIRA

Comerciantes			
Federación Nacional de Cafeteros	http://www.cafedecolombia.com/familia	Nacional	PEREIRA
ACIEM - Asociación Colombiana de Ingenieros Electricistas, Mecánicos y Afines	http://www.aciem.org/inicio/index.php	Nacional	BOGOTÁ
SCA - Sociedad Colombiana de Arquitectos	http://www.sociedadcolombianadearquitectos.org/site/	Nacional	BOGOTÁ
ANALDEX - Asociación Nacional de Exportadores	http://www.analdex.org/	Nacional	BOGOTÁ
ASCOLMEDICOS - Asociación Colombiana de Médicos	http://ascolmedicos.blogspot.com/	Nacional	BOGOTÁ
ACOLTEX - Asociación Colombiana de Técnicos y Profesionales Textiles y de la Confección	http://www.acoltex.co/	Nacional	MEDELLÍN
ASOCIACION COLOMBIANA DE PROSTODONCIA	http://www.acprostodoncia.org.co/	Nacional	BOGOTÁ
ALARB- Asociación Latinoamericana de Arbitraje	http://www.alarb.org/es/p/asociacion.php	Latinoamericana	BOGOTÁ
ALAS - Asociación Latinoamericana de Seguridad	http://www.alas-la.org/	Latinoamericana	BOGOTÁ
ALAPSA - Asociación Latinoamericana de Psicología de la Salud	http://www.alapsa.org/v2/web/	Latinoamericana	BOGOTÁ

ALAMES - Asociación Latinoamericana de Medicina Social	http://www.alames.org/?page_id=58	Latinoamericana	BOGOTÁ
ALAPE - Asociación Latinoamericana de Pediatría	http://www.alape.org/	Latinoamericana	BOGOTÁ

ANEXO 3 PRESUPUESTO BUREAU DE PEREIRA 2014

PRESUPUESTO 2014	
Bureau Eventos y Convenciones de Pereira	
PARTICIPACIÓN EN EVENTOS	\$ 28.000.000
VITRINA TURISTICA ANATO	\$ 1.700.000
EXPO MEETINGS	\$ 4.740.000
COCAL 2014	\$ 4.715.000
WORLD TRAVEL MARKET LATIN AMERICA	\$ 4.805.000
IMEX AMÉRICA	\$ 4.930.000
TRAVEL MART LATIN AMERICA	\$ 4.530.000
MEETINGS COLOMBIA	\$ 2.580.000
GESTIÓN Y ARTICULACIÓN	\$ 3.400.000
MEMBRESIAS	\$ 2.000.000
CONTRATACIONES	\$ 54.160.304
MATERIAL PROMOCIONAL	\$ 35.600.000
CONSULTORÍA	\$ 30.000.000
TOTAL	\$ 153.160.304

Anexo 012:
Propuesta de Valor: Oferta Turística de la Región
17 hojas

PROPUESTA DE VALOR Pereira destino de turismo corporativo

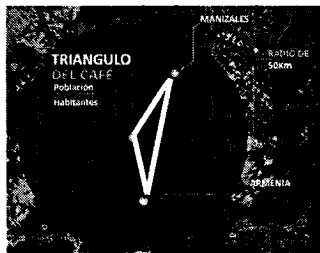
Pereira y Risaralda cuentan con grandes bondades en términos de turismo corporativo, ya que tienen una infraestructura adecuada para el desarrollo de eventos y convenciones al interior del departamento, al tiempo que cuenta con una oferta turística integrada, con fortalezas en productos turísticos de naturaleza, cultura e histórico.

Es importante aclarar que, la propuesta de valor de Pereira y Risaralda como destino MICE (Meetings, Incentives, Congress, Events/Exhibitions), debe ser diseñada de acuerdo al tipo de evento a captar o según las postulaciones que realice Pereira como destino de un evento en específico, ya que cada convocatoria propone una presentación diferente de la información en términos de contenido y diseño.

Por lo tanto a continuación se expondrá parte de la información que se debe incluir en una propuesta general, para promocionar a Pereira como destino de turismo corporativo, destacando en cada una de las bondades de la región, la utilidad para la industria MICE, al momento de ser evaluado el territorio como destino de un evento en particular.

- Ubicación

El municipio de Pereira, se encuentra en el centro occidente del país, específicamente a 4°48'30.51" de latitud norte a 75°41'52.08" de longitud oeste, en la región sur oriental del departamento de Risaralda, en la vertiente occidental de la cordillera central, cuyas laderas descienden principalmente hacia el río Cauca. Limita al norte con el municipio de Dosquebradas, al sur con el departamento del Quindío, al este con el departamento del Tolima y al Oeste con el Valle del Cauca.





Invest in
Pereira
Agencia de Promoción de Inversión de
Risaralda

- Temperatura promedio 21°
- Área Pereira 702km²
- Área Risaralda 4.140 Km²

- **Conectividad**

○ **Centro de centros**

Pereira tiene una excelente ubicación geoestratégica, concentrando el 76% del PIB Nacional y reuniendo más de 23 millones de habitantes en un radio de 200km (el 56% de la población nacional). Por su ubicación de manera equidistante a los principales centros de consumo nacional (Bogotá, Medellín y Cali) y al principal puerto marítimo de Colombia sobre el Océano Pacífico - Buenaventura, y al considerarse punto de cruce para las principales vías y proyectos viales del país, ofrece importantes ventajas logísticas tanto hacia el mercado nacional como hacia mercados internacionales.

○ **Transporte terrestre de pasajeros:**

- Intermunicipal - Megabus
 - 110.000 pasajeros diariamente
 - 2do transporte masivo mejor calificado después del metro de Medellín (encuesta Pereira cómo vamos)
- Interdepartamental
 - Terminal de Transporte de Pereira, moviliza alrededor de 6 millones de pasajeros anuales.

○ **Cercanía a los principales ciudades del país**

- Bogotá 317kms
- Medellín 203kms
- Buenaventura 249kms
- Cali 191kms

○ **Excelente infraestructura vial**

- Doble calzada Cali - Pereira
- Autopistas del Café

- Manizales – Pereira – Armenia
- Aproximadamente 60 minutos de desplazamiento desde Pereira
- **Acceso Poblacional**
 - Radio de 30kms
 - Tenemos acceso a 1.006.457 de habitantes
 - Radio de 50kms
 - Tenemos acceso a 2.371.330 de habitantes
- **Conectividad Aérea**
 - 3 aeropuertos en un radio de 50kms
 - Principales Hubs de Latinoamérica
 - Bogotá
 - Panamá
 - Fourt Lauderdale

Nota: El Aeropuerto internacional Matecaña, es el mejor dotado técnicamente de la región. Moviliza el 66% de viajeros del Eje Cafetero (2012)

- **Movimiento de pasajeros Pereira -Aeropuerto Internacional Matecaña Pereira**
 - 988.199 Pasajeros movilizados en 2012
 - **10** frecuencias diarias (Avianca) a Bogotá
 - **8** frecuencias semanales a Panamá.
 - Plan Maestro de Modernización del Aeropuerto Internacional Matecaña
 - **Objetivo:** ampliar la cobertura aérea internacional a países como Estados Unidos, Centroamérica y Asia.
- **Ubicación sobre los anillos de comunicación**
 - Pereira se encuentra ubicada sobre las **2**, principales redes de fibra óptica de Colombia

- Telefonía – Telecom
- Internexa

Lo cual permite, **Back up y Redundancia**

- **Población**

Pereira es la ciudad más poblada de la región del Eje Cafetero, cuenta con 462.209 habitantes. Su área metropolitana (AMCO – Área Metropolitana Centro de Occidente) comprende además los municipios de la Virginia y Dosquebradas, sumando 687.041 habitantes. El departamento de Risaralda, del cual Pereira es su capital, tiene 935.910 habitantes.

Fuente: Proyección DANE 2012, Censo 2005.

- **Economía**

Pereira y Risaralda tienen un desarrollo económico que ha evolucionado en un corto tiempo, teniendo la región grandes ventajas competitivas y comparativas en sectores como: Confecciones, Metalmecánica, Servicios, Turismo entre otros. Gracias a su ubicación geográfica, la cobertura de servicios públicos, el talento humano calificado y demás condiciones vocacionales de la industria y los servicios de Risaralda, representado a través de sus empresarios.

- PIB Pereira 2011: \$5,5 billones
- PIB Per Cápita 2011: \$11.966.000
- Inflación 2012: 2,19%

Fuente: Cámara de Comercio de Pereira -DANE

- **Talento Humano:**

Risaralda y el Eje Cafetero cuentan con un talento humano competitivo y capacitado en áreas afines al sector turístico, que pueden aportar al crecimiento del sector con sus habilidades profesionales o técnicas.

- **Oferta académica:** 16 Instituciones de Educación Superior en el Eje Cafetero.
- **Risaralda:** Universidad Tecnológica de Pereira, Universidad Católica de Pereira, Fundación Universitaria del Área Andina, Universidad Libre Seccional

Pereira, Centro Técnico Arquitectónico y la Corporación Instituto de Administración y Finanzas.

○ **Quindío:** Universidad La Gran Colombia, Universidad del Quindío, Escuela de Administración Y Mercadotecnia del Quindío, Corporación Universitaria Empresarial Alexander Von Humboldt.

○ **Caldas:** Universidad Autónoma de Manizales, Universidad Católica de Manizales, Universidad de Caldas, Universidad de Manizales, Universidad Nacional de Colombia.

○ **Grupos de investigación + Spinoffs**

- 92 Grupos de investigación avalados por Colciencias
- Las áreas con mayor participación en los grupos de investigación son las siguientes:

1. Ingeniería, Arquitectura, Urbanismo y afines: 42 Grupos
2. Ciencias Sociales y Humanas: 34 Grupos
3. Ciencias de la Salud: 33 Grupos
4. Matemáticas y Ciencias Naturales: 21 Grupos

○ **Matriculados**

101.604 Matriculados en el Eje Cafetero entre 2007-2011

35.272 Matriculados en Risaralda entre 2007-2011

- Risaralda concentra el **35%** de matriculados en el Eje Cafetero

- Áreas con mayor participación Eje Cafetero

Ingeniería, Arquitectura, Urbanismo Y Afines **28%**

Economía, Administración, Contaduría Y Afines **25%**

Ciencias De La Educación **15%**

- Áreas con mayor participación Risaralda

Economía, Administración, Contaduría Y Afines **25%**

Ingeniería, Arquitectura, Urbanismo Y Afines **18%**

Ciencias De La Educación **16%**

○ **Egresados**

49.208 Egresados en el Eje Cafetero entre 2007-2011

12.084 Egresados en Risaralda entre 2007-2011

- Risaralda concentra el **25%** de egresados en la región cafetera.

- Áreas con mayor participación Eje Cafetero

Economía, Administración, Contaduría Y Afines **30%**

Ingeniería, Arquitectura, Urbanismo Y Afines **24%**

Ciencias De La Educación **16%**

- Áreas con mayor participación Risaralda

Ingeniería, Arquitectura, Urbanismo Y Afines **30%**

Economía, Administración, Contaduría Y Afines **25%**

Ciencias De La Educación **30%**

○ **Infraestructura para la realización de eventos**

- **Disponibilidad**

Información hotelera de Pereira, Risaralda.

HOTELES AFILIADOS		
Número de Hoteles	Número de Habitaciones	Número de Camas
30	1041	2054
HOTELES NO AFILIADOS		
Número de Hoteles	Número de Habitaciones	Número de Camas
28	725	1321
FINCAS AGREMIADAS		
Número de Fincas	Capacidad Máxima de Acomodación	
23	954	

Fuente: Cotelco, Risaralda 2013.

COTELCO: Asociación hotelera y turística de Colombia.

**Hoteles con infraestructura para la atención a eventos afiliados a Cotelco -
 Capítulo Risaralda**

- Nro. de hoteles en Risaralda: 26 hoteles
- Nro. total de salones para atender eventos: 71 salones
- Nro. total de habitaciones: 1.056 habitaciones.
- Nro. total de camas: 2.081 camas
- Con capacidades para atender eventos desde 20 personas hasta 2.758 personas en un mismo recinto.

Salones para la realización de conferencias en Pereira

Salones Conferencias - Auditorios		
Establecimiento	Cantidad	Capacidad
Teatro Santiago Londoño	Sala de exposición	5.000 personas
	Sala principal	832 personas
	Teatro	130 sillas
Centro Cultural Lucy Tejada	Salón de la ciudadanía	500 personas
	Teatro - Auditorio	392 sillas
	Salón 1	45 sillas
	Salón 2	45 sillas
Cámara de Comercio de Pereira	Auditorio	306 personas
	Salón 1	55 personas
	Salón 2	55 personas
	Salón 3	55 personas

Fuente: Elaboración propia.

Centro de Ferias y Exposiciones de Pereira - Expofuturo

- Áreas y tipos de eventos
 - o Pabellón
 - 2.700 Mts²
 - 200 Stand
 - 7.000 Personas

- Salón de Conferencias
 - 421 Mts2
 - 20 Stand
 - 150 Personas
- Plazoleta Externa
 - 3.000 Mts2
 - 12.000 Personas de pie
- Salones Especiales
 - 56 Mts2
 - 35 Personas en auditorio
- Corredor Circular
 - 30 Stand

Proyecto Centro de Convenciones y Exposiciones de Pereira

	Recinto	áreas (m2)	[\$/m2]
CENTRO DE CONVENCIONES Y EXPOSICIONES DE PEREIRA PROYECTADO	Centro de convenciones	6.000	4.018
	Pabellón	2.700	2.178
	Salón auxiliar	50	3.317
	Salón de conferencias	500	3.317
	Salones comisiones (5)	60.52	4.997
	Plazoleta	3.000	802

○ Experiencia en la realización de eventos, los más importantes

En la ciudad de Pereira, se han desarrollado congresos, convenciones, asambleas, ferias y exposiciones de gran importancia durante los últimos tres años, lo cual le ha permitido a la ciudad de Pereira y al departamento de Risaralda crecimientos y transformaciones significativas en pro del desarrollo y fortalecimiento del sector turístico. Algunos de los eventos MICE (Meetings, Incentives, Congress, Events) desarrollados en Pereira son:

- Exposición Nacional de Orquídeas
- Congreso Nacional de Distribuidores de Combustibles y Energéticos

- Construexpo
 - Eje Motor
 - Congreso Internacional del Agua
 - Encuentro Nacional del Transporte Turístico, Escolar y Empresarial
 - Congreso de la Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica Estética y Reconstructiva
 - Congreso Internacional de Disposición Final de Residuos y Perspectivas Ambientales
 - Eje Moda
 - Congreso Internacional de Transporte Masivo
 - Expocamello
 - Foro Colombiano de la Micro y Pequeña Empresa
 - Congreso Internacional de Cambio Climático
 - Congreso Internacional Energías Renovables y Primera Muestra Nacional de Energía Solar
 - Asamblea Nacional ANDI
 - Convención Nacional de Transporte.
 - Congreso Internacional de Disposición Final de Residuos y Perspectivas Ambientales, etc.
- **Tarifas y Ocupación Hotelera**
 - Ocupación urbana promedio 2012: 50.08%
 - Tarifa urbana promedio 2012: \$144.000
 - Ocupación rural promedio 2012: 36.88%
 - Tarifa rural promedio 2012: \$151.000
 - Oferta turística de Pereira y Risaralda
 - Áreas protegidas
 - Volcán Nevado de Santa Isabel
 - Laguna del Otún



Invest in
Pereira
Agencia de Promoción de Inversión de
Risaralda

- Parque Regional Natural Barbas Bremen
 - Parque Regional Natural Ucumarí
 - Río Otún
 - Parque Nacional Natural Los Nevados
 - Santuario de Fauna y Flora Otún Quimbaya
- **Recursos turísticos**
 - Ciudad Victoria
 - Parque Salado de Consotá
 - Parque Temático de Flora y Fauna
 - Calle de la Fundación
 - Museo de la Catedral
 - La oferta artesanal
 - Oferta Cultural y Educativa
 - **Sitios de interés**
 - Parque el Lago
 - Plaza de Bolívar
 - Zona Rosa Av. Circunvalar
 - Parque Metropolitano del Café
 - Zoológico Matecaña
 - Jardín Botánico UTP
 - Jardín Botánico Humboldt
 - **Centros comerciales**
 - Centro Comercial Estación Central
 - Centro Comercial Alcides Arévalo
 - Centro Comercial Bolivar Plaza
 - Centro Comercial Regional Ciudad Victoria
 - Uniplex
 - Centro Comercial Pereira Plaza



Invest in
Pereira
Agencia de Promoción de Inversión de
Risaralda

- Parque Arboleda Centro Comercial
- Centro Comercial la 14
- Centro Comercial Unicentro

- **Producto histórico - cultural**
 - Museo de Arte de Pereira
 - Teatro Santiago Londoño
 - Centro Cultural Lucy Tejada
 - Bibliotecas
 - Biblioteca Banco de la República
 - Biblioteca Pública Nacional
 - Biblioteca Cardenal Darío Castrillón Hoyos
 - Biblioteca Jorge Roa Martínez, Universidad Tecnológica de Pereira
 - Biblioteca Fundación Universitaria del Área Andina
 - Biblioteca Colombo Centro Americano de Pereira
 - Instituciones de educación superior
 - Universidad Tecnológica de Pereira
 - Universidad Católica de Pereira
 - Universidad Libre – Seccional Pereira
 - Fundación Universitaria del Área Andina
 - Corporación Instituto de Administración y Finanzas
 - Corporación Universitaria Centro Técnico Arquitectónico
 - Corporación Universitaria Santa Rosa de Cabal

Anexo 1: Desglose capacidad para atención de reuniones. Principales hoteles y salones de conferencias en Pereira

BASE DE DATOS PARA INVESTIN PEREIRA					
NOMBRE HOTEL	DIRECCIÓN	CAPACIDAD MÁXIMA EN NÚMERO DE PERSONAS	NÚMERO DE SALONES	CAPACIDAD DE CADA UNO	NÚMERO DE CUPOS DE PARQUEADEROS SI LO TIENE

Invest in Pereira

Agencia de Promoción de Inversión de

Risaralda

CENTRO		CAM AS	HABITACIO NES			
HOTEL ABADIA PLAZA	CR 8 No 21 -67	117	50	4	80/100	65
HOTEL SORATAMA	CR 7 No. 19-20	185	77	7	mínimo 10 pers hasta 170 pers	15
HOTEL SPA SAN SIMON	CLL 19 # 7-41	44	24	24	2	mínimo 10 pers hasta 150 pers
GRAN HOTEL	CL 19 No.9-19	200	80	4	2 salones para 130 pax - 1 salón para 50 pax - 1 salon 30pax	15
LUXOR PLAZA HOTEL	Cl 24 No. 8-35	46	21	0	0	0
LA RIVERA HOTEL	CLL 20 # 3-58	60	27	2	60 Y 15 MAXIMO	27
HOTEL ZANDÚ	Cl 17 No. 6-15	33	16	1	15	4
HOTEL CAFEIRA	CL 18 NO. 5-48	62	37	1	100	15
HOTEL CASTELLON PLAZA	CL 24 NO. 9-33	29	19	0	0	6
HOTEL CASTILLA REAL	CL 15 No. 12B-15	35	24	2	Desde 10 hasta 80 en auditorio	15



Invest in
Pereira
Agencia de Promoción de Inversión de
Risaralda

HOTEL DE PEREIRA S.A. 891.408.848 -4	CR 13 No 15- 73	325	202	12	100-200	130
ZI ONE LUXURY HOTELS	cra 13 no. 12-28 / 46	42	22	3	80-100	12
HOTEL ANVAMAR-TOP DECK	CR 21 No. 14-20 LOSALA MOS	40	29	2	50 Pax Aproximadam ente	29
APARTAHOT EL HABITAT	Cl 14 No. 21-82	48	16	1	25 pax	14
HOTEL PINARES PLAZA	Av. Ricaute No. 9-20	80	45	1	70	20
OPTIMUM HOTEL PEREIRA-MARYA	AV. 30 AGOSTO 46-79	18	30	1	20	5
SAN ANTONIO DEL CERRO	KM. 1 VIA CERRITO S LA VIRGINIA	50	14	3	2 SALONES:150 PAX 1SALON:250 PAX	20
HACIENDA CASTILLA	km 10 Vía Cerritos	21	8	2	250 Pax	21



Invest in
Pereira
Agencia de Promoción de Inversión de
Risaralda

CASA DE HUESPEDES COMFAMILIAR GALICIA	km 11 Vía Pereira cerritos sector Galicia	148	48			
VISUS SPA HOTEL	MALABAR VIA CERRITOS HACIENDA MALABAR CASA 2	9	7	1	180 Pax	40
HOTEL CAMPESTRE EL PARAISO S.A.S	Km 3 Vía La Virginia Viterbo Villa Argelia el Cairo	31	19	3	50 Pax Aproximadamente	20
HACIENDA SAN JOSE	Km 4 vía Pereira-Cerritos, Entrada 16 El Tigre	20	10	2	40 y 96 Respectivamente (En Mesas de trabajo)	40
BENIDORM	CL 21 No 7-20	50	26	0	0	0
EL CORTIJO						
ZASAGUA	km 7 via cerritos entrada 4	16	10	2	1 =70 Pax 1 =20 Pax	90



Invest in
Pereira
Agencia de Promocion de Inversion de
Risaralda

MH	CR 8 No 28-51	50	30	2	1 = 200 Pax 1 = 250 Pax	17
HACIENDA CANEY	Km 18 vía Pereira, Cartago	60	18	1	400 Pax	20
BOSQUES DEL SAMAN	Km 5 vía Alcalá - Finlandia	80	20	1	350 Pax	25
SANTA ROSA DE CABAL						
HOTEL TERMALES DE SANTA ROSA	CL 14 No 15-41	105	43	0	0	35
TERMALES SAN VICENTE	Cr 13 No. 15-62	59	22	0	0	30
VIA ARMENIA						
ECOHOTEL LA CASONA	KM. 6 VIA PEREIRA - ARMENI A	80	31	3	1 = 250 Pax 2,3 = 30 Pax cada uno	50
VIA ROMELIA						

HOTEL EL MIRADOR	km 11 vía la Romelia el pollo, sector san felix, complejo de servicios el mirador.	112	38	2	1 SALON 50 PAX 1 SALON 300 PAX	21
------------------	--	-----	----	---	-----------------------------------	----

Fuente: Encuesta Cotelco, Risaralda 2013

Expofuturo

Pabellón Es un espacio moderno apto para ferias, exposiciones, convenciones, conciertos, entre otros. Cumple con estándares de ventilación, acústica e iluminación aprovechando la luz natural Cuenta con un área de 2.400 m², con una capacidad para 5.000 personas tipo auditorio y 8.000 personas de pie y para fiesta 1.500 personas con mesas y sillas. Su interior conforma un gran espacio libre que permite con facilidad la adecuación de 250 stands feriales dependiendo del tamaño de cada uno.

- **SALÓN DE CONFERENCIAS:** Destinado a la realización de eventos académicos, conferencias, cursos especiales, talleres, seminarios, lanzamientos de productos y fiestas privadas. Cuenta con un área de 500 m², con capacidad para 450 personas en auditorio, 250 en escuela o parlamento, 350 personas para eventos especiales con mesas redondas y sillas, 180 en U y 750 personas de pie.
- **SALONES AUXILIARES:** Dos salones programados para la realización de centro de negocios, rueda de prensa o salas VIP. Cuenta con un área de 50 m², con capacidad para 35 personas en auditorio, 50 personas de pie y 15 en escuela o parlamento.



Invest in
Pereira
Agencia de Promoción de Inversión de
Risaralda

- **PLAZOLETA:** Área descubierta en la cual se pueden realizar eventos con excelentes condiciones de comodidad, para el expositor y el público. Puede ser utilizado para conciertos, eventos lúdicos, festivales gastronómicos, eventos deportivos, entre otros.

Cuenta con un área de 3.000 m² adoquinados, con capacidad para 12.000 personas en concierto y 1.800 en fiesta con mesas y sillas.

Capacidad parqueadero:

- 200 Vehículos
- 30 motos

Anexo 013:
Nombres de Empresas
1 hojas

ANEXO 013 - Nombres de Empresas

Empresas Instaladas

1. Yel-AST
2. Telemark
3. American Assist
4. Indra
5. Atento
6. Jerónimo Martins
7. Herfri
8. Veritrán
9. Grupo Plus

Nota: Los nombres de estas empresas son confidenciales.

Anexo 014:
Hojas Asistencia Reuniones


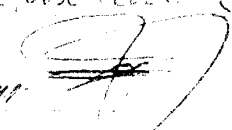
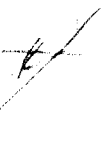
018 Convenio Marco

Pereira

Control de Asistencia

EVENTO: Presentación de Resultados Invest in Pereira , FECHA: 10-18-2013

LUGAR: Despacho Alcaldia de Pereira

NOMBRE	EMPRESA	CARGO	CELULAR	E-MAIL	FIRMA
Carlos Arturo Ciro	Aludam Ltda	Planificación	31041647	carlos@aludam.com	
William Moreno Sanchez	Parroquia San Juan	Director	311611739	william117@parroquia.com	
Leivier Hernandez	Interperiana	Gerente	311305078	leivier@interperiana.com	

018 Convenio Marco

Pereira

Control de Asistencia

EVENTO: Presentación Resultados Invest n Pereira

FECHA: 18-10-2013

LUGAR: Despacho Alcalde de Pereira

NOMBRE	EMPRESA	CARGO	CELULAR	E-MAIL	FIRMA
Ana María Alzate Henao	Zinc Financ Internacional de Pereira	Directora Comercial	348865520	direccioncomercial@ zincfinancialempresacom	
Eduardo Sánchez	Procept	Director Regional	3355005	esanchez@procept.com colombia@	
Ana María Cortés	CCP	Dir. Competitividad	310771184	carmonapereira@ccp.co	
Adriana Wolff-Cillo Escobar	CCP	Secretaria	3107705852	adriana.wolff@ ccp.com.co	
Camilo Quinto Serna	CCP	Propietario	320649414	camilo@ccp.com.co	
Jaime Cortés de Libar	CCP	Presidente	317733113	presidencia@ccp.com.co	
Alvaro Velazquez Andino	CCP	Director Articulador Gestión Institucional	3012171621	alvaro.velazquez@ccp.com.co	
Santiago Argote	ANOD	GERENTE	310770088	Santiago.Argote@anod.com.co	

018 Convenio Marco

Pereira

Control de Asistencia

EVENTO: Presentación Resultados Invest in Pereira FECHA: 18-10-2013

LUGAR: Despacho Alcaldía de Pereira

NOMBRE	EMPRESA	CARGO	CELULAR	E-MAIL	FIRMA
Rosalba Lopez	SORBS	D. Reg	3213372163	slopez@sorbs.com	
Diana Gomez	UTP	VICEPRESIDENTE	316876133	dianagomez@utp.edu.co	
Carlos Uribe	Alcaldía de Pereira	SUBSECRETARIO	3107217147	colivello@alcaldia.pereira.gov.co	
CARLOS GONZALEZ	COMUNIDAD EDUCATIVA	DIRECTOR GENERAL	3157154577	carlosgonzalez@comunidadeducativa.com	
Fernando Lopez	UTP	DIRECTOR	3137164217	fernandolopez@utp.edu.co	
Jorge Jimenez	ECU Radio	Periodista	3176065322	jorgejimenez@ecu.com	
Patricia Cistacosta	SECI	Despacho Secretario	310629499	patryce@seci.gov.co	
Diana Restrepo	Comunicaciones	Asesor	3055406810	dianarestrepo@comunicaciones.com	



018 Convenio Marco

Control de Asistencia

EVENTO: Reunión Inversionistas Sector Metalmecánica - Graubox

FECHA: 21-10-2013

LUGAR: Sala de Juntas Cámara de Comercio de Pereira

NOMBRE	EMPRESA	CARGO	CELULAR	E-MAIL	FIRMA
Ana María Wurtas Saldarriago	CCP	Dir. Competitividad	3117999134	awurtas@comandpereira.org.co	<i>Ana María Wurtas</i>
Adriana Wolff	Gobernación	Sec. Dpto. Econ. y C.	3117005852	adriana.wolff@risaraldagov.co	<i>Adriana Wolff</i>
Daniela Abame	GRAUBOX	GERENTE	3172687167	graubox@graubox.com	<i>Daniela Abame</i>
MAITE VON DER BEECK	GRAUBOX	DIRECTORA ADMINISTRACIÓN	3172687167	m.vonderbeek@graubox.com	<i>Maite von der Beeck</i>
Daniel Giraldo	ZFIP	Gerente	-	-	<i>Daniel Giraldo</i>
Oliverio Olivetto	Alcalde Pereira	Subsecretario	3248134	colivello@pereira.gov.co	<i>Oliverio Olivetto</i>
Pilar Alvarez	Invest in Pereira	Negociadora Internacional	3006090610	palvarez@investinpereira.com	<i>Pilar Alvarez</i>
Luzmila Monsalve	Intendencia	Gerente	3113566585	luzmila@risaraldagov.co	<i>Luzmila Monsalve</i>



018 Convenio Marco

Control de Asistencia

EVENTO: Reunión Inversionistas Sector Metalmeccánica - Graubox

FECHA: 21-10-2013

LUGAR: Sala de Juntas Cámara de Comercio de Pereira

NOMBRE	EMPRESA	CARGO	CELULAR	E-MAIL	FIRMA
Rosalba Lopez G	SENA	D. Reg	3213572168	rlopezg@sena.edu.co	<i>[Handwritten Signature]</i>
Santacruz Angel	AADI	GERENTE	310370951	Asa@AADI.com.co	<i>[Handwritten Signature]</i>
Eduardo Sandoz	Proxipit	Director	3203337455	esandoz@proxipit.com.co	<i>[Handwritten Signature]</i>
Natalia Guzmán	Invest in Pereira	Gerente	3174415368	nguzman@investinpereira.com	<i>[Handwritten Signature]</i>



018 Convenio Marco

Control de Asistencia

EVENTO: Reunion Preliminar para atención a Inversores ^{en los últimos} FECHA: Octubre 30 de 2012

LUGAR: Sala de Juntas COP

NOMBRE	EMPRESA	CARGO	CELULAR	E-MAIL	FIRMA
Pilar Alvarez	Invest in Pereira	Negociadora Internacional	3016640055	palvarez@investinpereira.com	<i>[Signature]</i>
JOSE FDD ALZATE	PROYECTOS	PROMOTOR	3137306641	Jfalvarez@proyectos.com	<i>[Signature]</i>
Jose Leonardo Vargas	COMINAS	Promotor	3142777390	jlvargas@cominas.com	<i>[Signature]</i>
Diego Elvira	COMINAS	Promotor	3142777390	diego@cominas.com	<i>[Signature]</i>
Fernando Aguado	C. F. Aeroespacial	Presidente	3148909866	fernando@cf-aeroespacial.com	<i>[Signature]</i>



018 Convenio Marco

Control de Asistencia

EVENTO: R & O VALUÉ FECHA: 07 - noviembre - 2013

LUGAR: Sala de Juntas Cámara de Comercio de Pereira

NOMBRE	EMPRESA	CARGO	CELULAR	EMAIL	FIRMA
Adriana Wolff	Gobernacion	Sec Dpto Ecco	3103005852	adriana.wolff@risaralda.gov.co	<i>[Signature]</i>
Josmar Mesa	C.Cio Pasgabrandy	Asesor	3162524864	ingenieria@cunabo.org.co	<i>[Signature]</i>
Guillermo Beona	Sena CDITS	Asesor	3175173668	gdbecerra@pema.edu.co	<i>[Signature]</i>
Han David Gonzalez	C.Cio Perani	Sec Gnal	—	—	<i>[Signature]</i>
D. Giraldo	ZFIP	Ge	—	—	<i>[Signature]</i>
Natalia Guzman	Invest in Pereira	Gerente	3179415368	nguzman@investinpereira.com	<i>[Signature]</i>
Walter Alvarez	Invest in Pereira	Negociadora Internacional	3016640088	palvarez@investinpereira.com	<i>[Signature]</i>
Carlos Botero	Gobernacion				<i>[Signature]</i>
Laura del Portillo	Proexport	Asesora Inversion	3017835661	ldelportillo@proexport.com.co	<i>[Signature]</i>
JUAN PABLO SIERRA	INFIPERETIA	FIN CREDITO INVERSIONES	3206726075	jsierra	<i>[Signature]</i>



018 Convenio Marco

Control de Asistencia

EVENTO: R+O Valle con organismos de Socorro

FECHA: Ecte Noviembre de 2013

LUGAR:

NOMBRE	EMPRESA	CARGO	CELULAR	EMAIL	FIRMA
Pilar Alvarez V.	Invest in Pereira	Negociadora Internacional	3016640088	palvarez@investinperera.com	
Santiago De los Rios C.	Proexport Colombia	Asesor Exportaciones	3113084877	srios@proexport.com.co	
MARTIN CERREVELLA	Ry O VALLE	COM. EXTERIOR	549 - 3517113817	@gmail.com cerrevelamartin	
RICARDO FIGUEROA	Ry O VALLE	CEO		rfigueroa@valle.com.co	
MARIA HORTALIA	Defensa civil	RADIO PERADORA	3173077692	DEFENSA CIVIL - @ Hom III - COM	
JOHN F. GONZALEZ	DOPAD	DIRECTOR	3103473296	John.fred.gonzalez@dot @gmail.com	
Sergio J. Alvarez	CPUE	Salud Rivalda	3146242026	jaivo.ouso@cpue vizaranda.garcia	
Juan A. Diaz Bauberes	Bauberes	Bauberes	3136138783	Bauberes@iraad.net	

Anexo 015:
Plan de Acción 2014

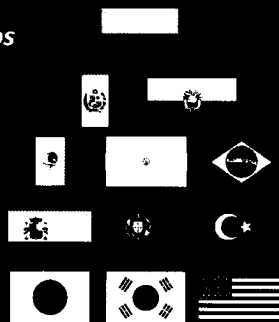
Plan de Acción 2014



Plan de Acción 2014

PROMOCIÓN

- ✓ *Asertividad con Inteligencia de Mercados*
- ✓ *Mercados Recurrentes y Exploratorios*
- ✓ *Focalización de Comunicaciones*
- ✓ *Renovación Material Promocional*
- ✓ *Fortalecimiento Aliados*
- ✓ *Actividades*
 - Agendas uno a uno*
 - Seminarios de Inversión*
 - Agendas Inversas*
 - Díaspóra*



Plan de Acción 2014

PROMOCIÓN	\$ 242.929.504
Inteligencia de Mercados	\$ 0
Publicidad y Mercadeo	\$ 64.682.240
Apoyo Departamento Comunicaciones	\$ 0
Publicidad en Medios	\$ 43.200.000
Material Promocional Apoyo	\$ 20.982.240
Posicionamiento Internet	\$ 500.000
Gestión y Articulación	\$ 7.200.000
Viajes de Articulación	\$ 7.200.000
Misiones con Multiplicadores	\$ 0
Participación en Eventos y Agendas	\$ 102.302.951
Eventos Nacionales	\$ 28.604.000
Eventos Internacionales	\$ 73.698.951
Apoyo a Empresarios	\$ 0
Gestión Profesional	\$ 68.744.313



Plan de Acción 2014

FACILITACIÓN

- ✓ **Especialización Propuesta de Valor Sectorial**
 - Metalmecánica*
 - Confecciones*
 - BPO, KPO, IT*
 - Turismo*
- ✓ **Comités Sectoriales**
- ✓ **Estrategia de Seguimiento**
- ✓ **Participación Rankings**

MEJORAMIENTO

- ✓ **Formación – Proyectos \$\$ Nacionales**
- ✓ **Convocatorias**
- ✓ **Doing Business**
- ✓ **Actividades de Encadenamiento**
 - Feria Proveeduría Local*
 - Feria del Empleo*



Plan de Acción 2014

FACILITACIÓN	\$ 94.801.698
Fortalecimiento Pilar de Información	\$ 0
Atención a Inversionistas	\$ 14.600.000
Potenciales	\$ 14.000.000
Instalados	\$ 600.000
Gestión Profesional	\$ 80.201.698
MEJORAMIENTO DE LA OFERTA	\$ 88.471.698
Capacitación y Reclutamiento	\$ 0
Bilingüismo	
Encadenamientos	\$ 8.270.000
Gestión Profesional	\$ 80.201.698



Plan de Acción 2014

BUREAU DE EVENTOS

- ✓ **Eventos**
 - Vitrina Anato
 - Expo Meetings
 - Cocal
 - World Travel Market Latin America
 - Imex América
 - Travel Mart Latin America
 - Meetings (3)
- ✓ **Material Promocional**
 - Video + Impreso + Souvenirs
- ✓ **Pautas Publicitarias**
- ✓ **Articulación Nacional**
- ✓ **Membresías**
 - AIFEC
- ✓ **Consultoría Indicadores**
- ✓ **Equipo Humano**



550

Plan de Acción 2014

BUREAU EVENTOS Y CONVENCIONES	\$ 154.657.099
<i>Participación en Eventos</i>	<i>\$ 28.000.000</i>
<i>Gestión y Articulación</i>	<i>\$ 3.400.000</i>
<i>Membresías</i>	<i>\$ 2.000.000</i>
<i>Material Promocional</i>	<i>\$ 11.600.000</i>
<i>Pautas Publicitarias</i>	<i>\$ 24.000.000</i>
<i>Consultoría Indicadores Turismo</i>	<i>\$ 27.022.230</i>
<i>Gestión Profesional</i>	<i>\$ 58.634.869</i>



Plan de Acción 2014

ACTIVIDADES	TOTAL 2014	%
PROMOCIÓN	\$ 242.929.504	36%
FACILITACIÓN	\$ 94.801.698	14%
MEJORAMIENTO DE LA OFERTA	\$ 88.471.698	13%
BUREAU EVENTOS Y CONVENCIONES	\$ 154.657.099	23%
ADMINISTRACIÓN Y CONTROL	\$ 99.140.000	15%
TOTAL	\$ 680.000.000	100%



Plan de Acción 2014

ACTIVIDADES	INFIPEREIRA	OTROS	CCP	BUREAU
PROMOCIÓN	\$ 180.736.704	\$ 62.192.800	\$ 0	\$ 0
FACILITACIÓN	\$ 80.133.098	\$ 14.668.600	\$ 0	\$ 0
MEJORAMIENTO DE LA OFERTA	\$ 73.133.098	\$ 15.338.600	\$ 0	\$ 0
BUREAU EVENTOS Y CONVENCIONES	\$ 34.797.099	\$ 0	\$ 0	\$ 119.860.000
ADMINISTRACIÓN Y CONTROL	\$ 31.200.000	\$ 7.800.000	\$ 50.000.000	\$ 10.140.000
TOTAL	\$ 400.000.000	\$ 100.000.000	\$ 50.000.000	\$ 130.000.000



Convenio INFIPEREIRA

ACTIVIDADES	INFIPEREIRA	CCP	TOTAL
PROMOCIÓN	\$ 180.736.704	\$ 0	\$ 180.736.704
FACILITACIÓN	\$ 80.133.098	\$ 0	\$ 80.133.098
MEJORAMIENTO DE LA OFERTA	\$ 73.133.098	\$ 0	\$ 73.133.098
BUREAU EVENTOS Y CONVENCIONES	\$ 34.797.099	\$ 0	\$ 34.797.099
ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y CONTROL	\$ 31.200.000	\$ 40.000.000	\$ 71.200.000
TOTAL	\$ 400.000.000	\$ 40.000.000	\$ 440.000.000





ACTA DE FINALIZACIÓN Y LIQUIDACIÓN DE PROVEEDOR DE SERVICIOS

CONTRATO No. 08 del 09 de enero de 2013		
CONTRATANTE: Instituto de Fomento y Desarrollo de Pereira - INFIPEREIRA		
CONTRATISTA: CAMARA DE COMERCIO DE PEREIRA – INVEST IN PEREIRA		
OBJETO: Cooperación para aunar esfuerzos conjuntos por parte del Instituto de Fomento y Desarrollo de Pereira INFIPEREIRA y LA CAMARA DE COMERCIO DE PEREIRA, para que esta última, con plena autonomía técnica y administrativa garantice el correcto funcionamiento, mantenimiento y seguimiento en el propósito conjunto de dar continuidad a la estrategia de promoción de las inversiones en Pereira.		
FECHA DEL CONTRATO: 09 de enero de 2013		
VALOR DEL CONTRATO: El valor del contrato por parte de INFIPEREIRA es de \$350'000.000 (Trescientos Cincuenta Millones de pesos mcte.) más \$25'000.000 (veinticinco millones de pesos) adicionados, para un total de \$375'000.000 (Trescientos Setenta y Cinco Millones de pesos mcte.)		
FECHA DE INICIACIÓN: 09 de enero de 2013		
PLAZO: Once (11) meses y Veintiún (21) días		
FORMA DE PAGO: El pago será realizado de la siguiente manera: cuatro desembolsos, los cuales serán así: 25% de los recursos contra la previa presentación y aprobación del informe por parte del supervisor del convenio.		
FECHA DE TERMINACIÓN: Diciembre 31 de 2013		
En la ciudad de Pereira a los catorce (14) días del mes de Enero del año Dos Mil Catorce (2014), se reunieron en la Dirección Técnica de Crédito, Inversiones y Comercial de INFIPEREIRA, el representante legal de la Cámara de Comercio MAURICIO VEGA LEMUS, el Director Técnico de de Crédito, Inversiones y Comercial Supervisor Juan Pablo Sierra Marín y el Gerente General de INFIPEREIRA JAVIER MONSALVE CASTRO, con el fin de firmar el Acta de Finalización y Liquidación del contrato de Prestación de Servicios No. 08 del 09/01/2013, el cual se cumplió en su totalidad en los términos definidos en el mismo, de acuerdo con los informes de actividades desarrolladas; que es aceptado a satisfacción por parte del Supervisor, así como la ejecución presupuestal del convenio, anexo a la presente acta. Teniendo en cuenta lo anterior se da por liquidado este contrato encontrándose y declarándose las partes a paz y salvo mutuamente.		
BALANCE DEL CONTRATO		
VALOR DEL CONTRATO		\$ 375'000.000.00
VALOR PAGADO ACTAS ANTERIORES	\$ 375'000.000.00	
VALOR A PAGAR	\$ 0.00	
VALOR POR EJECUTAR	\$ 0.00	
SUMAS IGUALES	\$ 375'000.000.00	\$ 375'000.000.00



26

BALANCE DE GASTOS OPERACIONALES		
VALOR GASTOS OPERACIONALES		\$
VALOR PAGADO	\$	
VALOR NO EJECUTADO	\$	
SUMAS IGUALES	\$	\$

REEVALUACIÓN FINAL		
Siempre	Casi siempre	Nunca
Cumple de manera satisfactoria con todos los requisitos que implica el factor a evaluar	Cumple con falencias los requisitos que implica el factor a evaluar	No cumple con los requisitos que implica el factor a evaluar
Esta calificación debe estar enmarcada en los requisitos que se establecen desde la contratación y en la propuesta del contratista, aceptada por INFIPEREIRA.		

Escriba el número o puntaje de acuerdo a la calificación por cada factor a Reevaluar.

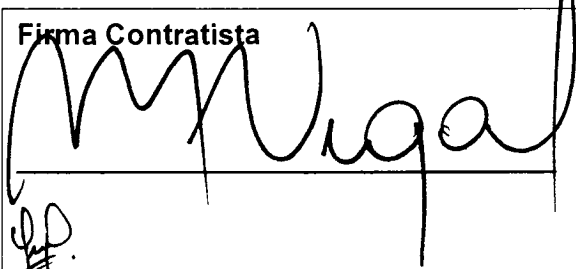
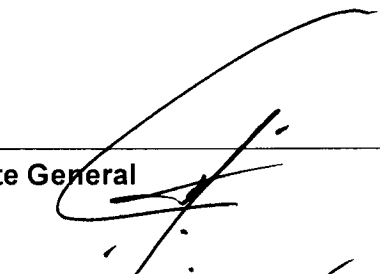
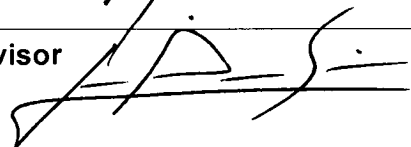
FACTOR A REEVALUAR	CALIFICACIÓN		
	SIEMPRE 3	CASI SIEMPRE 2	NUNCA 1
CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO DEL CONTRATO			
1. ¿Cumple con las Especificaciones técnicas con las que el contratista debe prestar el servicio?	/		
2. ¿El contratista maneja el tema para cumplir con el objeto del contrato?	/		
3. ¿Presenta de manera adecuada los resultados pactados?	/		
4. ¿Cumple con los alcances determinados en el contrato o en la propuesta?	/		
OPORTUNIDAD EN EL TRABAJO ENTREGADO O SERVICIO PRESTADO			
5. ¿Cumple con la entrega de resultados en el tiempo pactado?	/		
6. ¿Cumple con el cronograma de actividades?	/		
INTERACCIÓN CON LA ENTIDAD			
7. ¿Utiliza adecuadamente los recursos físicos que la Entidad aporta?*			N/A
8. Relaciones adecuadas con las personas que debe interactuar para el cumplimiento del objeto del contrato (funcionarios, contratistas, comunidad, entre otros).	/		
9. ¿El contratista tiene iniciativa, disposición, interés, colaboración o actitud de investigación para cumplir con el objeto del contrato?*	/		
10. ¿Participa en las actividades del Sistema de Gestión de Integral?			N/A
TOTAL POR CALIFICACIÓN	26		



CLASIFICACIÓN DEL PROVEEDOR DE SERVICIOS

Marque con una X la clasificación asignada según la puntuación.

EXCELENTE : Cuando el puntaje es entre 25 y 30	X
BUENO : Cuando el puntaje es entre 18 y 24 Para esta clasificación se generan acciones preventivas o correctivas.	
MALO : Cuando el puntaje es entre 10 y 17 Para esta clasificación se tomaran las acciones legales que apliquen.	

Firma Contratista 	Firma Gerente General 
	Firma Supervisor 

Pereira

**INFORME DE EJECUCIÓN PRESUPUESTAL
CONVENIO 08 DE 2013**

**AGENCIA DE PROMOCIÓN DE INVERSIÓN DE RISARALDA
INVEST IN PEREIRA**

**PRESENTADO A:
INFIPEREIRA**

**ENERO 13 DE 2014
PEREIRA**



ANOTACIONES FINALES SOBRE EJECUCIÓN PRESUPUESTAL CONVENIO 08 DE 2013

1. RELACIÓN DE PRESUPUESTOS PRESENTADOS

EJECUCIÓN PRESUPUESTAL 2013						
CONVENIO 08						
ACTIVIDAD	PRESUPUESTO PROPUESTA	PLAN DE ACCIÓN COMITÉ 1 (Marzo 14)	PRESUPUESTO COMITÉ 2 (Junio 12)	PRESUPUESTO COMITÉ 3 (Septiembre 11)	PRESUPUESTO COMITÉ 4 (Diciembre 04)	LIQUIDACIÓN CONVENIO
PROMOCIÓN	\$ 117.000.000	\$ 123.500.000	\$ 71.284.000	\$ 79.003.174	\$ 82.780.046	\$ 87.359.300
Inteligencia de Mercados	\$0	\$2.000.000	\$2.000.000	\$2.000.000	\$2.000.000	\$2.000.000
Publicidad y Mercadeo	\$44.000.000	\$46.000.000	\$15.600.000	\$20.915.960	\$24.692.832	\$24.216.160
Relación Institucional Nacional	\$3.000.000	\$4.000.000	\$3.000.000	\$4.456.509	\$4.017.185	\$4.159.052
Participación en Eventos (Nacionales, Internacionales y Apoyo a empresarios)	\$70.000.000	\$71.500.000	\$50.684.000	\$51.630.705	\$52.070.029	\$56.984.088
FACILITACIÓN	\$ 4.000.000	\$ 7.960.400	\$ 5.410.400	\$ 10.144.493	\$ 8.944.493	\$ 7.509.211
Actualización Propuesta de Valor	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Atención a Inversionistas Potenciales e Instalados	\$4.000.000	\$7.960.400	\$5.410.400	\$10.144.493	\$8.944.493	\$7.509.211
MEJORAMIENTO DEL CLIMA DE INVERSIÓN	\$ 25.000.000	\$ 68.589.600	\$ 66.305.600	\$ 66.305.600	\$ 66.305.600	\$ 66.305.600
Capacitación, Reclutamiento, Bilingüismo	\$25.000.000	\$68.589.600	\$66.305.600	\$66.305.600	\$66.305.600	\$66.305.600
Infraestructura	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Articulación Local	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
ADMINISTRATIVOS	\$ 174.000.000	\$ 174.950.000	\$ 187.000.000	\$ 178.546.733	\$ 199.769.861	\$ 197.076.699
TALENTO HUMANO	\$160.000.000	\$160.000.000	\$160.000.000	\$158.546.733	\$179.769.861	\$173.894.964
ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y CONTROL	\$14.000.000	\$14.950.000	\$27.000.000	\$20.000.000	\$20.000.000	\$23.181.735
BUREAU DE CONVENCIONES	\$ 30.000.000	\$ 40.000.000	\$ 20.000.000	\$ 16.000.000	\$ 17.200.000	\$ 16.749.190
TOTAL EGRESOS	\$ 350.000.000	\$ 415.000.000	\$ 350.000.000	\$ 350.000.000	\$ 375.000.000	\$ 375.000.000

2. JUSTIFICACIÓN DE MODIFICACIONES PRESUPUESTALES

2.1. Comité de Fundadores 1

El presupuesto se presenta como propuesta de plan de acción, teniendo en cuenta una posibilidad de adición por \$65 millones. Aún no se presentaron ajustes en la Ejecución, porque el convenio apenas estaba empezando. A la fecha, la única modificación de presupuesto era las relacionadas con el Programa de Bilingüismo, para lo cual se solicitó autorización del Comité de Fundadores a través de Correo Electrónico.

2.2. Comité de Fundadores 2

Se movió con autorización del Comité un total de 41,305,600 para Mejoramiento de la Oferta, que se suman a los \$25,000,000 aprobados, para un total de \$66,305,600, para el total del apoyo de IIP





Pereira

al programa de Bilingüismo. Estos \$41,305,600 provienen: \$31,305,600 del componente de promoción y \$10,000,000 del componente de Bureau de Convenciones.

Lo anterior deja al componente de Promoción con un total de \$85,694,400 y al Bureau con un total de \$20,000,000.

Se mueven \$13,000,000 del componente de Promoción (15%) para Administración y Control, por modificaciones en los cálculos de retenciones legales, y \$1,410,400 (2%) para Facilitación, para garantizar la correcta atención de inversionistas. El total del movimiento presupuestal del componente de Promoción fue del 17% del presupuesto, después de los movimientos aprobados por el Comité de Fundadores.

2.3. Comité de Fundadores 3

En vista de que la Adición y el convenio con Gobernación aún no salía, resultó necesario hacer movimientos presupuestales para complementar la gestión en Promoción y Facilitación. Para ello, se movió \$4,000,000 (20%) de Bureau de Eventos, \$8,453,267 (5%) de Administrativos (administración, gestión, control y talento humano). El total de estos movimientos \$12,453,267, fueron asignados a los componentes de Promoción y Facilitación por valores de \$7,719,174 y \$4,734,093, respectivamente.

La Diapositiva 33 se incluye en la presentación para mostrar la ejecución proyectada a Dic 31 frente al plan de acción inicialmente planteado (\$600 millones). Los datos a la derecha de la última columna corresponden al presupuesto presentado (ejecución a Julio 31 + proyección ejecución).

2.4. Comité de Fundadores 4

Se presenta presupuesto con Adición de INFIPEREIRA por \$25 millones, de acuerdo con propuesta de adición.

Se hace movimiento presupuestal por valor de \$1,200,000 desde Facilitación (12%), destinados al Bureau de Eventos y Convenciones.

2.5. Liquidación Convenio.

Se trasladan \$1,435,282 del componente de Facilitación (16%), \$2,693,162 del componente de Administrativos (1%), y \$450,810 del componente de Bureau de Eventos y Convenciones (3%) para complementar la gestión en el componente de Promoción por valor total de \$4,579,254.





Pereira

1.2. JUSTIFICACIÓN

Siendo conscientes de la importancia de garantizar la utilización óptima de los recursos asignados al igual que la de garantizar el cumplimiento a cabalidad de las metas y actividades planteadas en el Plan de Acción, los componentes de Facilitación, Bureau de Eventos y Convenciones, y Administración Gestión y Control, presentaron saldos positivos por valores de \$1,435,282, \$450,810, y \$2,693,162, respectivamente. Lo anterior permitió complementar la gestión en el componente de Promoción, por valor total de \$4,579,254.

De igual manera, las modificaciones presupuestales a las que hubo lugar durante la ejecución del Convenio 08 de 2013 con respecto al presupuesto inicialmente planteado en la propuesta, se efectuaron con aprobación expresa del Comité de Fundadores (Actas 001-2013; 002-2013; 003-2013 y 004-2013), y siguiendo los procedimientos estipulados en el documento de Buenas Prácticas Administrativas (Anexo 004-01 del Acta 004-2012 del Comité de Fundadores).

Lo anterior arroja entonces una ejecución presupuestal del 100% con cumplimiento del 100% de las actividades planteadas, reflejando la responsabilidad en los gastos relacionados con cada uno de los componentes de la Estrategia de Promoción de Inversiones.

1.3. CONCLUSIONES:

Teniendo en cuenta la importancia de los alcances obtenidos como resultado de la ejecución del Plan de Acción propuesto para 2013 y que se logró cumplir al 100% con las actividades propuestas para cada uno de los componentes principales de la Estrategia de Promoción de Inversiones se evidencia también una ejecución del 100% de los recursos asignados al Convenio 08 de 2013.



Pereira

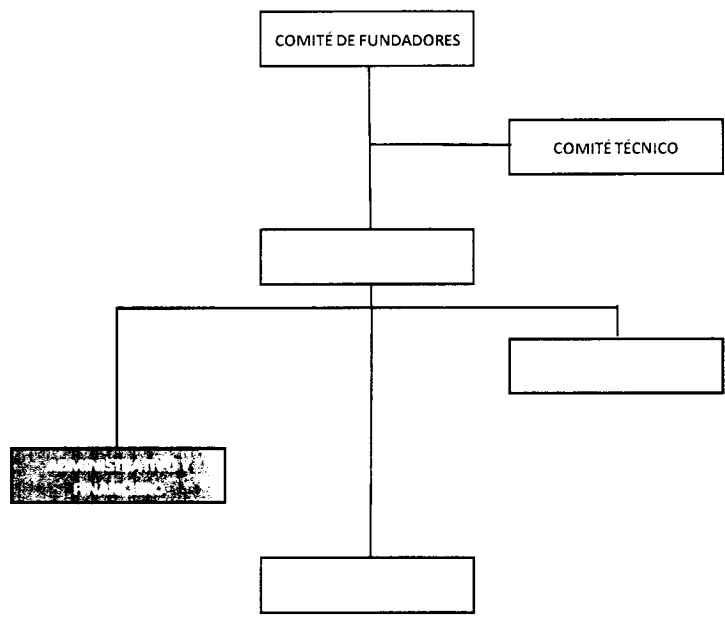
BUENAS PRÁCTICAS ADMINISTRATIVAS PRIMER AVANCE ELABORACIÓN CÓDIGO DE ÉTICA Y BUEN GOBIERNO

INVEST IN PEREIRA 2012

1. GESTIÓN INVEST IN PEREIRA

1.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL ACTUAL Y FUNCIONES

1.1.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL ACTUAL



1.1.2. COMITÉ DE FUNDADORES:

Funciones del Comité de Fundadores:

- ✓ Aprobación del Plan de Acción Anual
- ✓ Aprobación del Plan de Ejecución Presupuestal Anual
- ✓ Seguimiento y control a la ejecución del Plan de Acción Anual y Plan de Ejecución Presupuestal Anual a través de los informes de gestión e informes de ejecución presupuestal, presentados máximo cada 2 meses.



263



Pereira

- ✓ Aprobación por escrito (de manera presencial o virtual) de las propuestas que involucren 20 SMMLV. Muchas veces se hace de manera virtual para no tener que citar a comités extraordinarios.
- ✓ Aprobación de traslados presupuestales cuando éstos involucren movimientos entre componentes superiores al 20% del total aprobado. Movimientos entre componentes menores a este componente, y entre actividades al interior del mismo componente serán potestad de la Gerencia de Invest in Pereira (Acta 001 de 2011)
- ✓ Aprobación de estructura organizacional de Invest in Pereira, al igual que el presupuesto para su ejecución.
- ✓ Retroalimentación sobre la planeación estratégica de Invest in Pereira.

Miembros del Comité de Fundadores:

- ✓ Cada entidad participará del Comité de Fundadores en calidad de miembro, una vez se encuentre formalizado el convenio con los aportes en efectivo o en especie. De no haberse materializado su aporte, podrá participar del Comité de Fundadores, teniendo en cuenta que las decisiones que allí se tomen serán votadas únicamente por aquellos miembros cuyos aportes hayan sido ya materializados.
- ✓ Para ello, cada miembro debe garantizar la disponibilidad de los recursos, acordar y acatar el plan de desembolsos de acuerdo con propuestas presentadas aprobadas, acompañar y participar activamente de todas las reuniones de Comité de Fundadores.
- ✓ Cada entidad participará con al menos con un representante, aunque se sugiere además la participación del interventor del convenio. Para ello, cada entidad deberá designar un (1) representante de nivel directivo con poder de decisión (e.g. Secretario de Despacho, Gerente) y un (1) interventor, para hacer parte del Comité de Fundadores.
- ✓ Como miembros del Comité de Fundadores, cada una de las entidades se compromete a canalizar cualquier interés inversionista a través de Invest in Pereira, como Agencia de Promoción de Inversión de Risaralda.
- ✓ De igual manera, cada entidad miembro del Comité de Fundadores participará activamente de las agendas de atención a inversionistas convocada por Invest in Pereira.

Toma de decisiones en el Comité de Fundadores:

- ✓ Las decisiones se tomarán por mayoría de votos entre los miembros. Cada entidad que participe como miembro tendrá un voto.

Confidencialidad:

- ✓ Teniendo en cuenta la importancia y sensibilidad de la información que se comparte, y se presenta tanto en las reuniones de Comité de Fundadores, como en los informes de gestión, informes parciales y finales, ésta debe manejarse con total confidencialidad, tal cual será señalado por la Gerencia, y será de uso y administración interno de Invest in Pereira con su Comité de Fundadores. Una vez Invest in Pereira, a través de su Gerencia, informe explícitamente al Comité de Fundadores la posibilidad de divulgación pública de





Pereira

alguna información, los miembros e invitados al Comité de Fundadores podrán realizar los comunicados oficiales pertinentes.

1.1.3. COMITÉ TÉCNICO

Funciona como órgano de consulta frente a aspectos técnicos. Es el Comité de Internacionalización de la Comisión Regional de Competitividad quien funge como Comité Técnico.

1.1.4. GERENCIA

Funciones de la Gerencia de Invest in Pereira:

- ✓ Construcción y presentación de Propuesta de Convenios Anuales a las entidades aportantes. Dichas propuestas deben contener:
 - Antecedentes
 - Justificación
 - Objetivos
 - Tiempo de Ejecución
 - Presupuesto Total de Ejecución, especificando únicamente subtotales para cada componente.
 - Propuesta de Aporte de la Entidad
 - Forma de Pago
- ✓ Construcción y presentación de Plan de Acción Anual y Plan de Ejecución Presupuestal Anual al Comité de Fundadores. Dichos planes deberán contener:
 - Propuesta de estrategias, objetivos, metas y/o indicadores de cumplimiento, y actividades para cada uno de los componentes de la estrategia de promoción de inversiones de Risaralda (promoción, facilitación y mejoramiento de la oferta).
 - Propuesta de asignación y ejecución presupuestal para cada una de las estrategias y actividades planteadas en el plan de acción.
 - NOTA: Las actividades comprendidas en el plan de acción pueden sufrir alteraciones mínimas, siempre y cuando éstas sean en cumplimiento de los objetivos y estrategias propuestas. Dichas alteraciones serán potestad de la Gerencia, siempre y cuando no alteren los valores sobre los cuales se tiene potestad.
- ✓ Garantizar la correcta y cabal ejecución de todas las actividades comprendidas en el Plan de Acción Anual aprobado por el Comité de Fundadores
- ✓ Garantizar la correcta y cabal ejecución de todos los rubros comprendidos en el Plan de Ejecución Presupuestal Anual aprobado por el Comité de Fundadores
- ✓ Garantizar la gestión y ejecución administrativa, legal y contable de acuerdo con los manuales y procedimiento de la entidad ejecutora (actualmente Cámara de Comercio de Pereira).





Pereira

- ✓ Presentar informes de gestión y de ejecución presupuestal al Comité de Fundadores al menos una vez cada dos meses.
- ✓ Presentar informes de gestión ante las Juntas Directivas de las entidades miembros del Comité de Fundadores, cuando éstas
- ✓ Presentar y sustentar (de manera presencial o virtual) propuestas sujetas a aprobación del Comité de Fundadores:
 - Aquellas que involucren compromiso de presupuesto por valores superiores a 20 SMMLV
 - Aquellas que involucren traslados presupuestales de un componente a otro por valores superiores al 20% del total aprobado por componente.
- ✓ Garantizar la idoneidad del recurso humano vinculado a Invest in Pereira, de acuerdo con la estructura administrativa y presupuesto contenidos en el Plan de Acción Anual y Plan de Ejecución Presupuestal Anual aprobados por el Comité de Fundadores.
- ✓ Administrar el uso de la información de acuerdo con los parámetros de confidencialidad propios de la labor de promoción de inversión en Risaralda.

2. IMAGEN CORPORATIVA

Las partes acuerdan que toda la difusión y publicidad que se haga del presente convenio, se debe llevar a cabo a nombre de INVEST IN PEREIRA como de la Agencia de Promoción de Inversiones de Risaralda, con el logo y manual de imagen corporativa actual.

El nombre comercial de la agencia será INVEST IN PEREIRA, teniendo en cuenta las diferentes justificaciones de orden técnico para el correcto posicionamiento de Pereira y Risaralda como destino de inversión.

Las piezas publicitarias y demás elementos de carácter promocional de INVEST IN PEREIRA, tendrán como imagen principal a INVEST IN PEREIRA, de acuerdo con el manual de imagen corporativa aprobada. En la medida de lo posible, los logos oficiales de las entidades miembros del Comité de Fundadores, deberán ser incluidas.

Con el fin de garantizar la continuidad y vigencia del material promocional que sea producido por INVEST IN PEREIRA, cada una de las entidades miembro del Comité de Fundadores deberá remitir los logos oficiales de la entidad (sin slogans).





Pereira

3. MANEJO DE COMUNICACIONES

COMUNICADOS OFICIALES:

- ✓ Los comunicados de prensa que involucren la divulgación de información relacionada con la gestión y/o cuentas manejadas por INVEST IN PEREIRA, deberán ser emitidos directamente por INVEST IN PEREIRA o en coordinación y acuerdo con INVEST IN PEREIRA. De tal manera que la entidad pueda garantizar el correcto uso de la información, sin atentar contra el carácter confidencial de la misma.
- ✓ Todos los comunicados oficiales emitidos por INVEST IN PEREIRA deberán hacer mención y dar crédito correspondiente a las entidades miembros del Comité de Fundadores.
- ✓ Los comunicados emitidos por INVEST IN PEREIRA se divulgarán a través de los Departamentos de Comunicaciones de las entidades miembros del Comité de Fundadores. Para ello, INVEST IN PEREIRA será la encargada de la redacción de los mismos y posterior remisión a los responsables de Comunicaciones de cada una de las entidades para su correspondiente divulgación.

RUEDAS DE PRENSA:

- ✓ Todas las ruedas de prensa que involucren la divulgación de información relacionada con la gestión y/o cuentas manejadas por INVEST IN PEREIRA, deberán ser emitidos directamente por INVEST IN PEREIRA o en coordinación y acuerdo con INVEST IN PEREIRA. De tal manera que la entidad pueda garantizar el correcto uso de la información, sin atentar contra el carácter confidencial de la misma.
- ✓ Las ruedas de prensa podrán realizarse en las instalaciones de cualquiera de las entidades miembros o invitadas del Comité de Fundadores, previa coordinación de espacios disponibles.
- ✓ Las ruedas de prensa realizadas por INVEST IN PEREIRA se citarán a través de los Departamentos de Comunicaciones de las entidades miembros del Comité de Fundadores. Para ello, INVEST IN PEREIRA será la encargada de la redacción de la invitación y posterior remisión a los responsables de Comunicaciones de cada una de las entidades para su correspondiente divulgación.

AGENDAS DE ATENCIÓN A INVERSIONISTAS:

- ✓ Como Agencia de Promoción de Inversiones de Risaralda, INVEST IN PEREIRA será la entidad encargada del manejo de agendas, presentaciones y atención de comitivas de inversionistas potenciales en el Departamento de Risaralda. Para ello, todas las entidades miembro o invitadas del Comité de Fundadores deberán velar por la remisión de cualquier intención inversionista en Risaralda a esta entidad.
- ✓ Las agendas de atención al inversionista podrán realizarse en las instalaciones de cualquiera de las entidades miembros o invitadas del Comité de Fundadores, previa coordinación de espacios disponibles.



4. PROPIEDAD FÍSICA, INTELECTUAL, CONFIDENCIALIDAD

Para la propiedad física:

- ✓ Todos los elementos serán propiedad del Convenio, o de las entidades miembros del Comité de Fundadores de manera correspondiente a sus aportes totales, en caso de que el Convenio entre las mismas no llegare a renovarse.

Para la propiedad intelectual y manejo confidencial de la información:

- ✓ Toda la información compartida, tanto con el Comité de Fundadores, como con cada uno de las entidades miembros e invitadas, es de carácter confidencial y no podrá ser divulgada públicamente por ninguna entidad, hasta tanto Invest in Pereira, a través de su Gerencia, informe lo contrario.
- ✓ Cualquier material impreso o digital, producido por INVEST IN PEREIRA para el cumplimiento de su objetivo institucional, será de propiedad del convenio, o de las entidades miembro del Comité de Fundadores de manera correspondiente a sus aportes totales, en caso de que el Convenio entre las mismas no llegare a renovarse.

EL SUSCRITO REVISOR FISCAL DE LA CAMARA DE COMERCIO DE PEREIRA
NIT 891.400.69-6
CERTIFICA:

Que en el marco del convenio No. 08 suscrito entre la Cámara de Comercio de Pereira y el Instituto de Fomento y Desarrollo INFIPEREIRA,

Cuyo objeto es:

"Aunar esfuerzos conjuntos por parte del Instituto de Fomento y Desarrollo de Pereira INFIPEREIRA y la CAMARA DE COMERCIO DE PEREIRA, para que esta última con plena autonomía técnica y administrativa garantice el correcto funcionamiento, mantenimiento y seguimiento en el propósito conjunto de dar continuidad a la estrategia de promoción de las inversiones de Pereira"

La entidad realizó y ejecutó un aporte en especie por **TREINTA Y CINCO MILLONES DE PESOS MC/TE (\$35.000.000)**, representados en la Administración, Gestión y control, del convenio.

La presente certificación se expide en Pereira- Risaralda a solicitud del Instituto De Fomento Y Desarrollo-INFIPEREIRA, a los 14 días del mes de Enero de 2014.



HECTOR MANUEL TREJOS ESCOBAR

Revisor Fiscal

TP. 19825-T

TH



VERIFICACIÓN DOCUMENTAL DE CONTRATOS

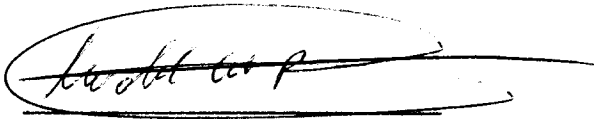
TIPO DE CONTRATO convenio	Nº 8	FECHA Enero de 2013	
CONTRATISTA Cámara de Comercio de Pereira	VALOR 350.000.000	TERMINO 1.1 meses.	
Nº	LISTADO DE DOCUMENTACIÓN REQUERIDA PARA LA CONTRATACIÓN	No. DE FOLIOS	OBSERVACIÓN
1	DOCUMENTOS QUE DEBEN TRAMITAR Y ELABORAR LOS SERVIDORES PÚBLICOS RESPONSABLES DE LOS PROCESOS DE CONTRATACIÓN		
1.1	Estudios y Documentos Previos.	8 ✓	
1.2	Certificado de registro de actividad en el Banco de programas de proyectos de la Secretaría de Planeación, cuando haya lugar a ello.	2 ✓	
1.3	Certificado de Disponibilidad Presupuestal.	1 ✓	
1.4	Certificado sobre la insuficiencia de personal de planta o capacitado para desarrollar el objeto del contrato (para los contratos de prestación de servicios).	NA.	
1.5	Certificado de experiencia e idoneidad (solo para prestación de servicios y apoyo a la gestión y personas naturales).	NA.	
1.6	Certificación precios del mercado.	NA.	
1.7	Evidencia de la consulta del Boletín de responsabilidad Fiscal de la Contraloría General de la Nación.	1 ✓	
1.8	Evidencia de la consulta del Certificado de Antecedentes Disciplinarios ante la Procuraduría General de la Nación.	1 ✓	
2	DOCUMENTOS QUE DEBEN DE APORTAR LOS PROPONENTES A LA ENTIDAD		
2.1	PERSONA NATURAL		
2.1.1	Propuesta.		
2.1.2	Formato Único de hoja de vida		
2.1.3	Fotocopia de la cédula.		
2.1.4	Constancia de verificación de situación Militar (ver Libreta Militar) para contratos con personas naturales (Decreto 2150/1995, art. 111)		

Nº	LISTADO DE DOCUMENTACIÓN REQUERIDA PARA LA CONTRATACIÓN	No. DE FOLIOS	OBSERVACIÓN
2.1	PERSONA NATURAL		
2.1.5	Afiliación, certificado o constancia de pago al Sistema de Seguridad Social (Salud, Pensión y Riesgos Profesionales)		
2.1.6	Soportes laborales.		
2.1.7	Soportes Formación Académica Diploma o acta de grado de títulos obtenidos o Tarjeta Profesional, Certificados de curso, seminarios, talleres, diplomados relacionados con el objeto del contrato).		
2.1.8	RUT		
2.1.9	RUP (Cuando a ello hubiere lugar)		
2.1.10	Compromiso o Protocolo Ético debidamente diligenciado y firmado.		
2.2	PERSONA JURÍDICA		
2.2.1	Propuesta.	13 ✓	
2.2.2	Certificado de Cámara de Comercio.	1 ✓	
2.2.3	Formato Único de hoja de vida para Persona Jurídica	1 ✓	
2.2.4	Fotocopia de la cédula del Representante legal.	1 ✓	
2.2.5	Afiliación, certificado o constancia de pago al Sistema de Seguridad Social (Salud, Pensión y Riesgos Profesionales)	1 ✓	
2.2.6	Soportes laborales o certificados de experiencia relacionada con el objeto que se pretende contratar	NA	
2.2.7	Compromiso o Protocolo Ético debidamente diligenciado y firmado.	1	
2.2.8	RUT	1 ✓	
2.2.9	RUP (Cuando a ello hubiere lugar)	NA.	
2.2.10	Certificado de Pago de Parafiscales cuando aplique y soportes del Revisor Fiscal	1 ✓	
2.2.11	Autorización para contratar cuando a ello hubiere lugar.	✓	
3	DOCUMENTOS PREVIOS AL ACTA DE INICIO		
3.1	Contrato plenamente diligenciado y firmado	11 ✓	
3.2	Compromiso Presupuestal	1 ✓	

Nº	LISTADO DE DOCUMENTACIÓN REQUERIDA PARA LA CONTRATACIÓN	No. DE FOLIOS	OBSERVACIÓN
3	DOCUMENTOS PREVIOS AL ACTA DE INICIO		
3.3	Garantía Única de Cumplimiento, Poliza de Responsabilidad Civil Extracontractual (cuando a ello hubiere lugar).	5 ✓	incluye 2 Polizas
3.4	Constancia de la aprobación de la (s) Póliza (s) por parte del (la) Director(a) Técnico(a) (Juridica)	2 ✓	incluye 2 Constancias
3.5	Publicación en el SECOP (Cuando se requiera)	2	
3.6	Designación de Interventor	1 ✓	

NOTA: El acta de inicio deberá ser posterior al registro del Contrato en el SIIF y a la expedición del Registro Presupuestal.

Revisado por:



Aprobado por:


 DIRECTOR TÉCNICO (JURIDICA)

Nº	LISTADO DE DOCUMENTACIÓN REQUERIDA PARA LA CONTRATACIÓN	No. DE FOLIOS	OBSERVACIÓN
4	DOCUMENTOS SOPORTES INHERENTES A LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO		
4.1	Acta de inicio.	1	
4.2	Acta de Suspensión.		
4.3	Acta de Reinicio.		
4.4	Adiciones y/o prorrogas	2	
4.5	Reasignación Interventor		
4.6	Informe de Actividades (Contratista)		4 Informes
4.7	Actas de Interventoria.		4 Actas
4.8	Acta de terminacion, liquidación.		1 Acta
	Otros:		