

SAN ANDRÉS



CDC

Centro de Convenciones apoyado por MINCIT y ejecutado por FONTUR

 MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO

FONTUR 
COLOMBIA

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

 **propaís**
20 años

Centro de convenciones San Andrés





Ubicación Geográfica



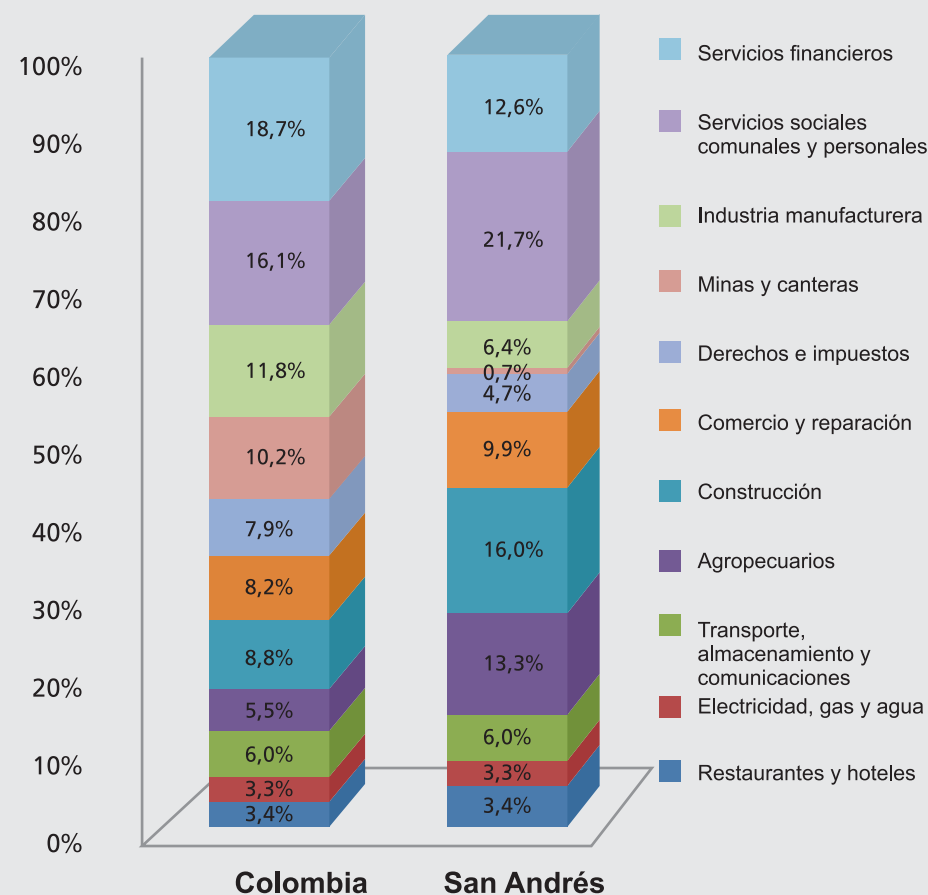
PIB

El sector que tuvo mayor participación en el PIB de San Andrés y Providencia fue el de restaurantes y hoteles (24,6%), seguido del sector de servicios sociales, comunales y personales (23,8%). El sector de minas y carteras no tuvo ninguna participación, seguido del sector agropecuario con una participación del 1,2%.

COMERCIO EXTERIOR

En el Departamento de San Andrés y Providencia las exportaciones ascendieron a US\$3,1 millones durante el año 2014 presentando una variación del -12,6% respecto al 2013; mientras que las exportaciones durante enero - mayo de 2015 fueron de US\$ 1,8 millones, el cual varió 34,0% respecto al mismo periodo del año anterior.

En 2014, las importaciones fueron U\$ 3,3 millones; en el periodo enero mayo del 2015 alcanzaron, U\$0,2 millones.



Fuente: Perfil Económico: Departamento de San Andrés y Providencia, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2015.

TASA DE DESEMPLEO

La tasa de desempleo de San Andrés evidencio una disminución del 7,7 a 6,7 del 2014 al 2015 respectivamente, como lo muestra la gráfica. También se puede ver que la tasa de desempleo de San Andrés está por debajo de la tasa nacional, la cual es 8,2%.

INFLACIÓN

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

Tasa global de participación, ocupación y desempleo San Andrés Enero - Junio 2013 - 2015

Tasa global de participación, ocupación y desempleo
San Andrés
Enero – junio (2013 - 2015)



Fuente: DANE - GEIH

Fuente: Presentaciones por ciudades - trimestre móvil - abril 2015 - junio 2015, Mercado Laboral San Andrés y Providencia, Dane, 2015.

- Al Archipiélago de San Andrés y Providencia llegaron el año pasado, por vía aérea, 542.696 visitantes nacionales y 86.376 internacionales. Esto significó un incremento de 19,7% y 14%, respectivamente.
- Las aerolíneas que vuelan a la Isla son Copa, Lan, Avianca, Satena y Viva Colombia. También llegan algunos vuelos chárter, especialmente en temporada alta.
- El número de pasajeros en cruceros el año pasado fue de 176 personas. Así mismo, llegaron 148 yates y veleros el año anterior.
- En San Andrés existen 90 hoteles y posadas turísticas, que suman 3.642 habitaciones y 8.275 camas.
- Providencia tiene 15 hoteles y 24 posadas, con 314 habitaciones y 914 camas. La ocupación hotelera en el archipiélago fue de 80,5% en 2012, la más alta de los últimos 7 años.

Turismo de negocios



- San Andrés Isla, es una región del caribe ubicada en la zona intertropical con clima cálido-húmedo con temperatura anual de 27,3°C. Carece de corrientes de agua dulce, cuenta con una planta desalinizadora que surte parcialmente del líquido a la población, San Andrés es uno de los más exóticos y bellos paraísos tropicales submarinos del Caribe y tiene las barreras arrecifales más extensas de Colombia. El Departamento es catalogado Reserva de la Biosfera en el Caribe Colombiano.
- En las islas del archipiélago, que cuenta con la Reserva de la Biosfera Seaflower, declarada por la UNESCO, los turistas se asombran con los colores de la vida submarina; se divierten con actividades como kitesurf, windsurf y jetski; nadan en piscinas naturales que las olas han esculpido en las rocas y saborean platos preparados con lo mejor del Caribe: langosta, pargo, cangrejo, caracol y mucho más (Colombia CO, 2015).s durante periodos de gran afluencia turística se estima un crecimiento entre el 15 y 20%.



La empresa en San Andrés

- En la actividad económica se destacaron los sectores relacionados con el comercio, reparación, restaurantes y hoteles con una participación de 39,8%; actividades de servicios sociales, comunales y personales con 22,8%. Transporte, almacenamiento y comunicaciones con 10,8%, y establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y seguros a las empresas con 9,5% (DANE, 2011).
- Las actividades de agricultura y pesca son de subsistencia, siendo insuficientes para abastecer las islas y ello hace que del interior del país se deban importar la mayor parte de los víveres de consumo cotidiano, tanto para los naturales como para los turistas. (Gobernación del archipiélago San Andrés, 2015).

Oportunidades

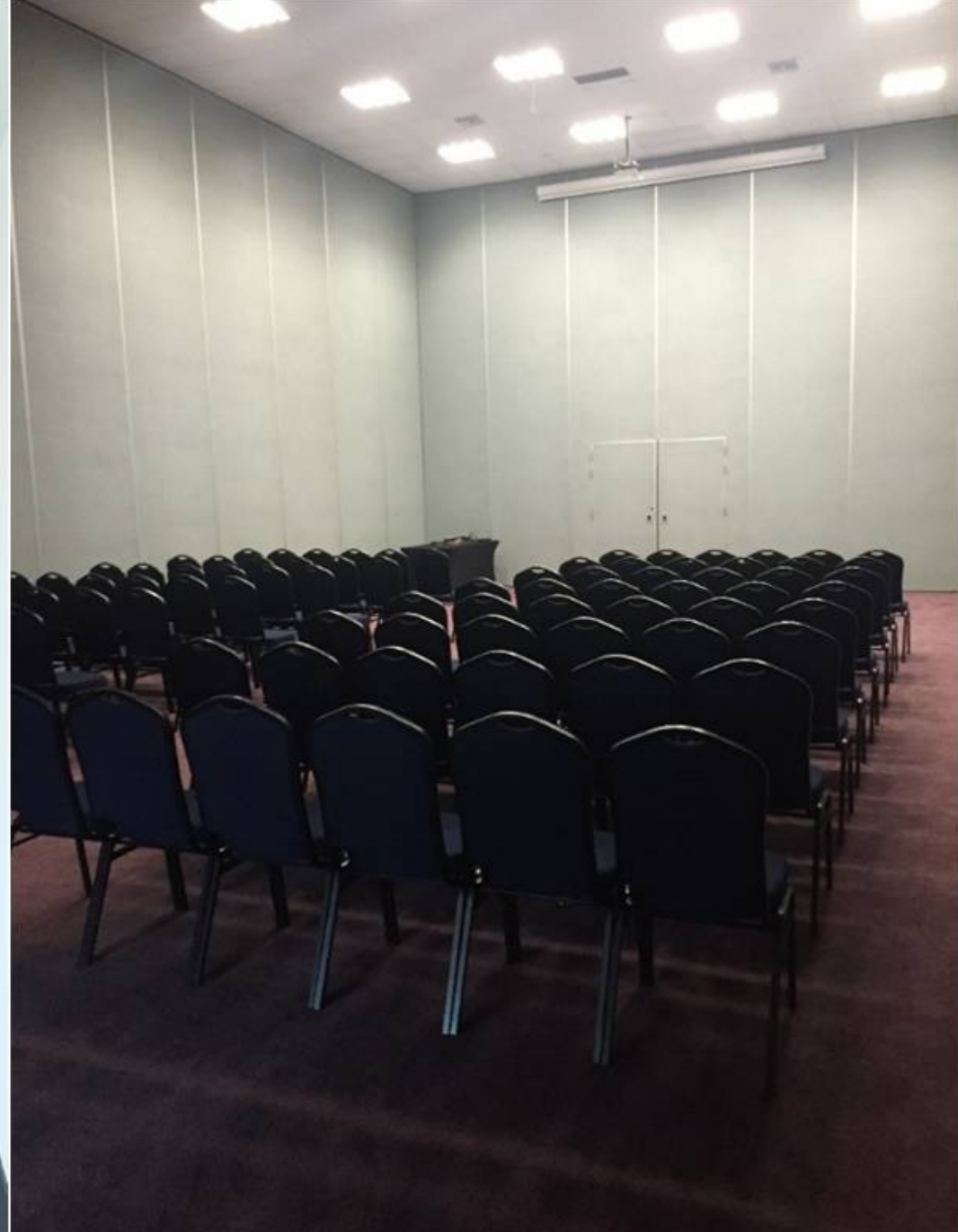


- El CDC tiene un convenio con la cadena de hoteles Decameron, el cual le genera eventos constantemente. Se encuentra situado al lado del hotel Isleño que hace parte de esta cadena.
- Se deben aprovechar más los recursos naturales que tiene la isla para crear actividades colaterales a los eventos que se realicen como por ejemplo pesca deportiva, senderos ecológicos, buceo, entre otras.
- San Andrés es una ciudad acogedora, de ambiente y cuenta con un clima propicio para el desarrollo del turismo. Estas características hacen que la gente quiera volver a la ciudad a realizar sus actividades.
- El centro de eventos de San Andrés está buscando aliarse a un bureau para poder tener más demanda de eventos en la isla y que por medio de estos eventos aumente el turismo.
- San Andrés tiene una infraestructura adecuada para lograr convertir a la ciudad en un destino turístico nacional e internacional. Como por ejemplo la capacidad y servicios hoteleros con los que cuentan, y sus recursos naturales.

Amenazas



- El turismo en la isla ha presentado un deterioro, ya que es un turismo pobre, hay gran cantidad de gente pero no compran o compran cosas de mala San Andrés lo cual no genera ingresos. Y esto ha hecho que la oferta de San Andrés disminuya para poder llegar a ese tipo de mercado.
- Se están presentando varios casos de estafa por medio de páginas de internet, donde ofrecen alojamientos que no existen o que se encuentran en muy malas condiciones.
- El centro de eventos de San Andrés es poco conocido por otras ciudades del país, es necesario promocionarlo, para así lograr aumentar el incremento de turismo y turismo de eventos. El costo es elevado y hace falta mayor número de rutas que faciliten el tráfico de turistas.



"Centro de Convenciones Isleño"

Fortalezas

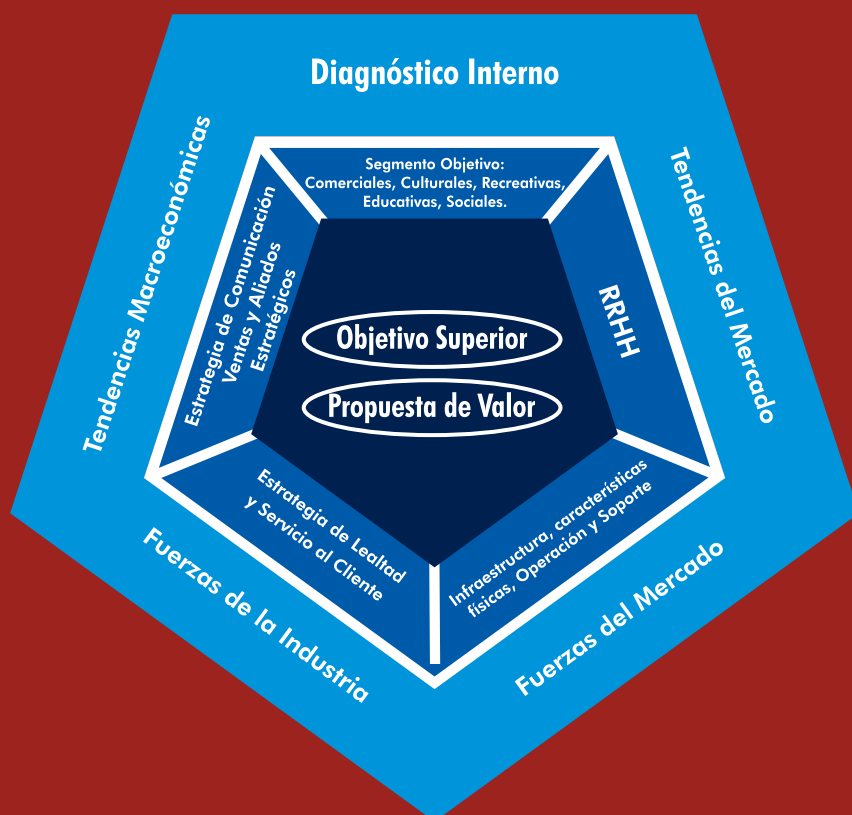


- El CDC de San Andrés, se encuentra bien ubicado, dentro del centro de la ciudad, de fácil acceso, próximo al aeropuerto y colinda con el hotel Isleño, perteneciente a la cadena Decameron.
- Cuenta con la infraestructura y los recursos necesarios para la realización de eventos. Tiene equipos de última tecnología, y mobiliario adecuado para diferentes tipos de eventos.
- El área general del CDC, proporción, especificaciones, sus índices de ocupación y construcción están de acuerdo a la ciudad y su posible demanda.
- Existen en la Isla las empresas apropiadas y especializadas que les puedan suministrar en arriendo por evento, los equipos complementarios en el área técnica audiovisual.

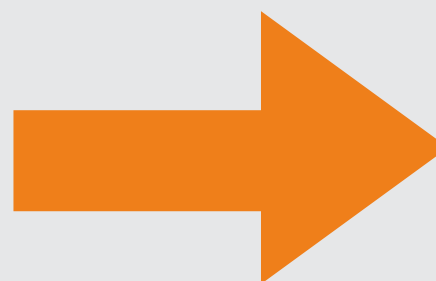


Debilidades

- El centro de convenciones de San Andrés, no cuenta con la participación de las organizaciones que involucran la cadena productiva de la región, como la cámara de comercio, la alcaldía, la gobernación, entre otras.
- No cuenta con áreas externas de ser intervenidas para el desarrollo de espacios y actividades complementarias que generen recursos económicos permanentes, mayor y permanente tráfico de visitantes y que inviten a la socialización y vivencia del CDC, por la comunidad en general.
- Actualmente no cuenta con cocina propia para prestar el servicio de catering, lo hacen por medio del Hotel Isleño.



Análisis del CDC "Centro de Convenciones San Andrés Islas" por medio del Diamante Estratégico



**Estrategia
Empresarial**



Objetivo Superior

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

Propuesta de valor



¿Quiénes Somos?

Bel CDC de San Andrés asume el compromiso de crear riqueza, desarrollo y crecimiento para la isla. Generamos sinergia entre las empresas, el gobierno y los particulares para dinamizar la economía del turismo en la isla, creando actividades de promoción para desarrollo de eventos que posicionan a San Andrés como polo de desarrollo y un referente del turismo de negocios en el país.

Propuesta de valor



Objetivos Estratégicos

- Servir como eje y polo de desarrollo de la economía de la isla y especialmente como dinamizador del turismo empresarial.
- Proponer la innovación y el marketing como herramientas estratégicas, para el desarrollo del potencial de la Isla.
- Comunicar y consolidar la marca del CDC y la isla.
- Diseñar e implementar acciones específicas que permitan fortalecer y garantizar la sostenibilidad del CDC a través de la identificación de las oportunidades de mercado en turismo de negocios.
- Crear un Bureau local que penetre los mercados regionales y nacionales.



San Andrés

*Depende del Tipo de Formato

FICHA TÉCNICA



Capacidad 500 - 1000*

Ubicación Hotel Decameron Isleño

Descripción

Técnico

Audio	Proyectores	Luces
Video	Traducción	Catering

Espacial

1 Auditorio Multiformato

FORTALEZAS ECONÓMICAS POR SECTOR



Turismo



Cultural



Comercial



Pesca



Social



Gastronomía

INDICADORES DE LA REGIÓN

Infraestructura
Ciudad

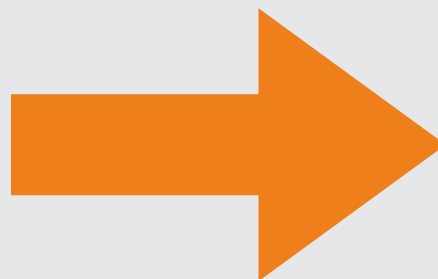
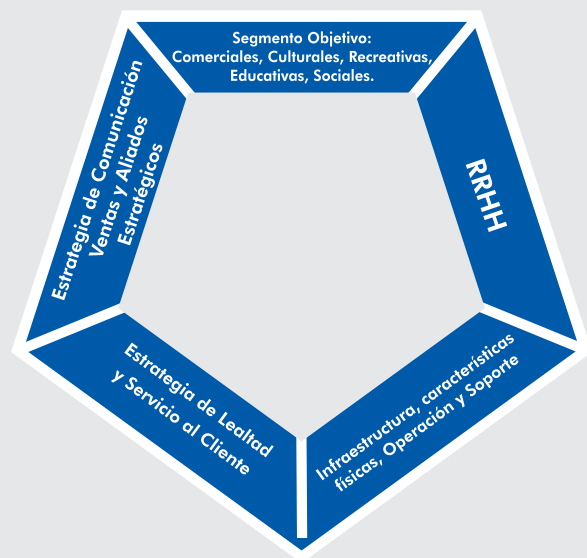
50%

100%

Recursos
CDC

70%

100%



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

Segmento Objetivo

Cultural

En los eventos culturales el énfasis se hace en los eventos internacionales o nacionales con grandes mercados en la región Caribe.

Recreativo

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

Social

El CDC de San Andrés considera también como segmento los eventos propios del desarrollo de la actividad de la gobernación del San Andrés y entidades adscritas a ellas.

Comercial

Las actividades propias de las empresas cuando enfrentan necesidades de turismo y vacaciones.

Estrategia Mercadeo y Ventas

Bureau Local

El CDC de San Andrés en alianza con las autoridades locales cuenta con una infraestructura de mercadeo para el desarrollo de mercados nacionales.

Mercadeo

El CDC de San Andrés cuenta con una infraestructura de inteligencia de mercados para el desarrollo de mercados regionales.

Comunicación & Ventas

El CDC de San Andrés despliega su propuesta de valor: Centrada en su capacidad de generar negocios en la Isla.

Bureau Local



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

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

Objetivos estratégicos:

Cubrir la geografía de la región. Este Bureau penetra mercados nacionales e internacionales.

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

Mercadeo



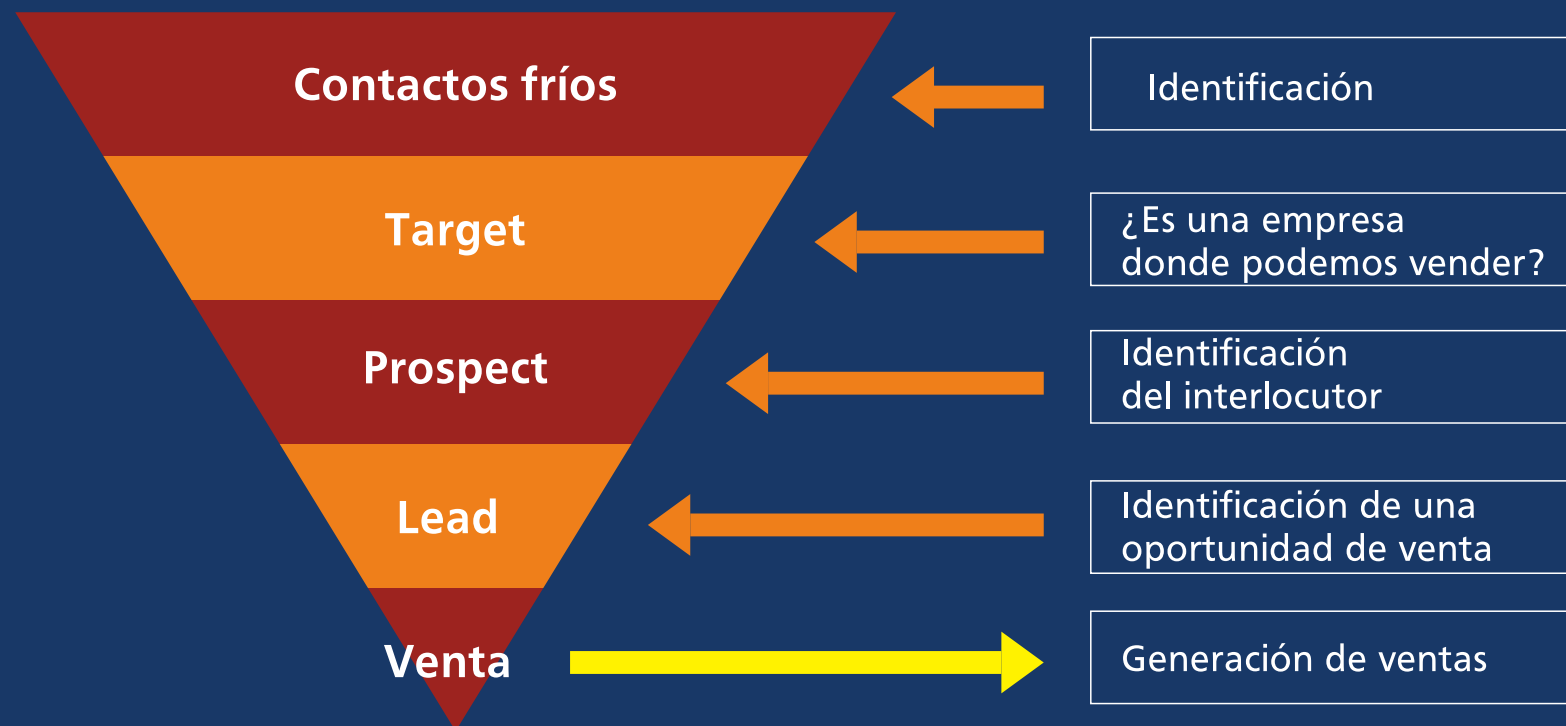
Diseñar e implementar un centro de inteligencia de mercados y accesibilidad de la información, factores claves que potencian el crecimiento de las oportunidades de negocios para el CDC y sus segmentos.

Se entiende como la capacidad de adquirir conocimiento y entendimiento de un mercado para utilizarlo en acciones novedosas. Es convertir los datos en información.

Objetivos estratégicos:

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

Comunicación y Ventas



VENTAS

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

Comunicación

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

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



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

Marketing Digital

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

Diseño Portal WEB

Diseño

Contenidos

Administración

Objetivos Estratégicos de Comunicación



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

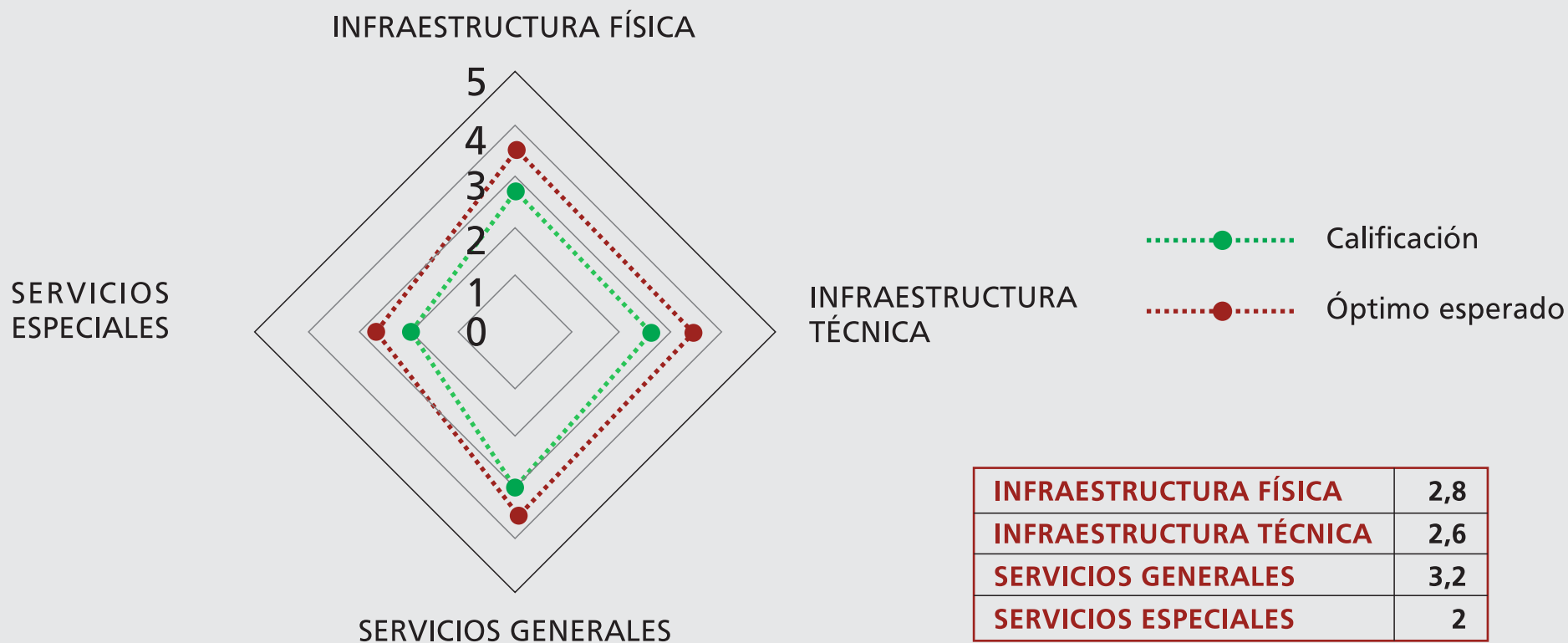
Estrategia de lealtad y servicio al cliente



- El CDC de San Andrés desarrollará estrategias relacionadas con el turismo, en asocio con los hoteles y las autoridades de la isla.
 - Además desarrollará actividades que permitan el turismo de negocios y eventos unido al turismo vacacional y familiar apoyado en la infraestructura hotelera adecuada para el turismo familiar.
 - El CDC se apoyará en el turismo de aventura para ofrecer una prospectiva diferente, ya que cuenta con los recursos naturales para esta actividad.
-
- Buceo
 - Playas desiertas de providencia
 - Arrecife de siete colores
 - Parque natural old providence
 - Acuario
 - Laguna Big Pond

Infraestructura, características físicas, operación y soporte

Centro de Convenciones Isleño



Recursos Humanos





propaís
20 años

