



*Departamento del Quindío*

**GOBERNACIÓN**

DECRETO NÚMERO 000701 DE 20 30 DIC 2014,

**"POR MEDIO DEL CUAL SE ADOPTA EL PLAN DE MARKETING TERRITORIAL PARA EL DEPARTAMENTO DEL QUINDIO"**

La GOBERNADORA DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDIO, en uso de las facultades constitucionales y legales, y en cumplimiento de lo establecido en el artículo 305 de la Constitución Política de 1991 y el artículo 94 del decreto ley 1222 de 1986 y,

**CONSIDERANDO**

Que en el Plan de Desarrollo del Departamento del Quindío 2012-2015 "GOBIERNO FIRME POR UN QUINDIO MÁS HUMANO", define en el artículo 21 la política "100% EMPRESAS FIRMES", la cual contiene el Programa COMERCIO EXTERIOR ZONA Q y el subprograma "PROMOCION DE LA INVERSION" los cuales deben ejecutarse a través de la meta es formular y ejecutar el Plan de Marketing Territorial.

Que si bien en el Departamento del Quindío se han desarrollado en los últimos años importantes procesos de planificación para promover la competitividad y productividad del territorio como: El Plan Decenal Estratégico De Desarrollo Turístico Del Quindío, la Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad, el Plan Regional de Competitividad del Quindío, el plan de promoción turístico del Quindío, y vigente el Plan de desarrollo "Quindío firme por un Quindío más humano", entre otros, el Quindío hoy no cuenta con un Plan de Marketing Territorial.

Que el departamento cuenta con activos intangibles como: la Marca Quindío (imagen de marca) y la declaratoria del Paisaje Cultural Cafetero en la lista de Patrimonio Mundial según la decisión adoptada por el Comité de Patrimonio Mundial de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura – UNESCO, el 25 de junio de 2011, reconocimiento que compromete al Estado colombiano, a la comunidad internacional, nacional y local a su protección, y nos hace visible en el contexto mundial.

Que la Secretaria de Turismo, Industria y Comercio debe liderar todo un proceso de promoción del Departamento del Quindío con la intención de consolidar este territorio como un remanso de Paz y un lugar donde el descanso y la recreación son fáciles de alcanzar, además de contar con todas las garantías para desarrollar un proyecto productivo

Que la oficina de Planeación Departamental emitió concepto del " Plan de Marketing Territorial para el Departamento del Quindío" en los siguientes términos:

... El PLAN DE MARKETING TERRITORIAL para el Departamento del Quindío se aborda en dos componentes fundamentales: el diagnóstico competitivo o la oferta de especificidad territorial que se presenta en el aparte de diagnóstico de la competitividad y que permitió identificar las especificidades territoriales (económicas, sociales, identidad, calidad de vida, cultura, patrimonio, etc) y que es lo correspondiente al marketing endógeno y por el otro lado el componente comunicacional que es lo que permite promocionar el territorio fuera y da respuesta al marketing exógeno. Dejando claro que en desarrollo de estos componentes son fundamentales dos activos intangibles claves como son la marca Quindío que se convierte entonces en herramienta estratégica de promoción y apropiación para el Departamento y el Paisaje Cultural Cafetero

Que en el Plan de Marketing Territorial se deja establecido un plan de acción a seguir por el Gobierno Departamental con el fin de consolidar la marca Quindío y lo pertinente al Paisaje Cultural Cafetero.

## DECRETA

**ARTICULO PRIMERO:** Adoptar el Plan de Marketing Territorial para el Departamento del Quindío, como el instrumento que permitirá la sinergia entre lo técnico, lo político, lo económico y lo social, buscando la consolidación del departamento como un destino que propicia el desarrollo empresarial y facilitar el turismo.

**ARTICULO SEGUNDO : OBJETIVO GENERAL :** Posicionar el Departamento del Quindío como territorio competitivo a través del impulso de estrategias de identificación y fortalecimiento de una oferta de bienes y servicios diferenciadores y su promoción en los diferentes mercados mundiales que genere desarrollo local y mejor calidad de vida para sus habitantes.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar e implementar acciones para la promoción de los sectores promisorios del departamento del Quindío.
- Promocionar el departamento del Quindío como un territorio seguro y próspero para la inversión empresarial en el sector agrícola, industrial, comercial y de servicios.
- Posicionar la identidad promocional del departamento del Quindío a través de la MARCA QUINDÍO.
- Desarrollar estrategias que permitan fortalecer los aspectos positivos de la Identidad y la Auto-imagen del quindiano.
- Posicionar los productos y servicios competitivos del departamento por medio de planes específicos con los empresarios, en donde la Marca se consolida como una herramienta estratégica.
- Desarrollar estrategias que permitan posicionar la marca y la imagen del departamento en el ámbito nacional e internacional
- Promocionar al departamento a nivel nacional e internacional.
- Afianzar a los quindianos en apropiación del territorio y su identidad con el mismo.
- Identificar las potencialidades comparativas y competitivas del departamento para atraer la inversión.

**ARTICULO TERCERO: PRINCIPIOS Y VALORES DEL PLAN.** El Plan de Marketing tendrá como principios y valores:

**Competitividad:** Un mundo cada vez más globalizado trae consigo una competencia más intensa, así como crecientes flujos comerciales y de inversión.

Las firmas pasaron de competir por el mercado local con aquellas ubicadas en su región, a competir por mercados externos con empresas localizadas en toda la geografía mundial. De la misma manera, los países y sus regiones compiten arduamente para atraer inversiones en sectores clave, con el objetivo de dinamizar sus economías locales y generar empleos de calidad.

**Integración regional** La integración siempre supone el esfuerzo coordinado, la planeación conjunta y la convivencia pacífica entre los sectores que conforman y que van a participar en la construcción del plan.

**Participación** Las decisiones que se tomen para las estrategias y el desarrollo del plan de marketing territorial del departamento deberán contar con la intervención de los diferentes actores quienes tendrán la oportunidad de expresar sus intereses, expectativas y demandas comunes, con autonomía, frente a otros actores sociales y públicos.

**Cooperación** Según el plan departamental de las culturas biocultura 2013-2023, la cooperación busca superar el individualismo y la competencia frente a las grandes necesidades que tiene el sector y los escasos recursos que se manejan. Se deberá trabajar en común, creando procedimientos, espacios, empresas y actividades que conciten diversas formas de compartir.



**ARTICULO CUARTO: VISIÓN :** En el año 2019 el Quindío se consolidará como uno de los primeros cinco (5) departamentos con el nivel más alto de competitividad, comercializando los productos y servicios diferenciadores que lo hace único, incrementando la inversión, el turismo y fortaleciendo el sentido de pertenencia de sus habitantes hacia su territorio.

**ARTÍCULO QUINTO: PLAN DE ACCION GENERAL.** El Plan de Marketing tendrá como plan de acción general territorial 3 pilares que contiene a su vez cuatro (4) programas que se materializan a través de 23 actividades contempladas en el documento adjunto que hace parte integral de este decreto y que contiene además el diagnostico, los antecedentes y la justificación de este plan de marketing territorial.

**ARTICULO SEXTO: ESTRUCTURA DEL PLAN:**

**EJE ESTRATÉGICO 1:**

**PRODUCCIÓN**

**PROGRAMA**

**SECTOR AGRÍCOLA**

**ACTIVIDADES:**

- Realizar campañas para promocionar los cafés especiales del departamento con el fin de hacer presencia en los aeropuertos internacionales.
- Apoyar procesos de promoción y comercialización del plátano.
- Establecer procesos de promoción y comercialización de los cítricos.
- Gestionar recursos financieros para procesos de promoción y comercialización del aguacate.
- Realizar convenios interinstitucionales con el Sena para capacitar a los empresarios sobre el cultivo, beneficios y usos de la macadamia.
- Realizar convenios interinstitucionales con el Sena para capacitar a los empresarios sobre el cultivo, beneficios y usos de la sábila.

**PROGRAMA**

**SECTOR INDUSTRIAL**

**ACTIVIDADES:**

- Acompañar a empresarios del sector de curtiembres en los procesos de certificación.
- Participar en ferias nacionales e internacionales para promocionar el sector artesanal.

**EJE ESTRATÉGICO 2:**

**SERVICIOS**

**PROGRAMA**

**SECTOR COMERCIAL**

**ACTIVIDADES:**

- Identificar los potenciales inversionistas para los municipios del departamento del Quindío.
- Diseñar y difundir un portafolio para potenciales inversionistas para promover la inversión en los municipios del Quindío.
- Gestionar el registro de la marca Quindío.
- Capacitar empresarios sobre el manual de uso de la Marca Quindío para que la incluyan en todo el material publicitario.
- Dar a conocer los resultados del Doing Bussiness para promover la inversión en el departamento.

## PROGRAMA

### SECTOR SERVICIOS

#### ACTIVIDADES:

- Atraer inversionistas a la Zona Franca aprovechando los beneficios tributarios que en esta se otorga.
- Fortalecer con nuevas aerolíneas las operaciones del Aeropuerto Internacional El Edén.
- Fortalecer con más frecuencias aéreas el funcionamiento del Aeropuerto Internacional El Edén.
- Capacitar empresarios del sector turístico en temas relacionados con innovación y creación de turismo experiencial y vivencial.
- Diseñar y poner en funcionamiento una plataforma tecnológica que integre toda la oferta turística del departamento del Quindío (servicios turísticos) con el fin de facilitar el proceso de información y reserva de los turistas hacia nuestra región, y que responda a los requerimientos de este nuevo negocio.
- Gestionar con el Ministerio de Tecnologías de la información y comunicación, el desarrollo de programas de capacitación para la familiarización en el uso de las TIC's por parte de los empresarios.
- Promocionar en ferias nacionales e internacionales el Paisaje Cultural Cafetero como una ventaja comparativa y competitiva del departamento del Quindío frente a otros destinos turísticos.
- Promocionar la ubicación geoestratégica e infraestructura vial del departamento para motivar la inversión.
- Diseñar e implementar 5 estrategias para promocionar al departamento del Quindío como un Territorio Firme y Seguro.

## PILAR 3

### PUBLICIDAD

#### PROGRAMAS

Plan de medios, promoción local, nacional e internacional y conectividad

#### ESTRATEGIAS

- Realizar cinco capacitaciones a la comunidad en la cátedra de la quindianidad, haciendo énfasis en el sentido de pertenencia por el territorio.
- Crear una campaña de cultura ciudadana turística y empresarial.
- Realizar cuatro talleres de sensibilización para fortalecer los aspectos positivos de ser Quindiano.
- **ARTICULO SEPTIMO : FINANCIACIÓN:** Para garantizar la ejecución y sostenibilidad del Plan, el Gobierno Departamental destinará los recursos necesarios para asegurar la financiación pertinente, bajo principios de concurrencia, subsidiaridad y coordinación gestionara financiamiento para el plan de acción con los entes territoriales y el Gobierno Nacional. Además podrá destinar recursos del 4% del impuesto de registro que recauda el gobierno departamental para la promoción de la industria turística del Quindío.

**ARTICULO OCTAVO COORDINACIÓN DEL PLAN:** La coordinación del plan estará a Cargo de la Secretaría de Turismo, Industria y Comercio del Departamento

**ARTICULO NOVENO: SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN:** La Secretaria de Planeación realizará el seguimiento y evaluación de este plan, con base en los informes de avance de ejecución del plan de acción que consolidará la Secretaría de Turismo, Industria y Comercio del Departamento. Este

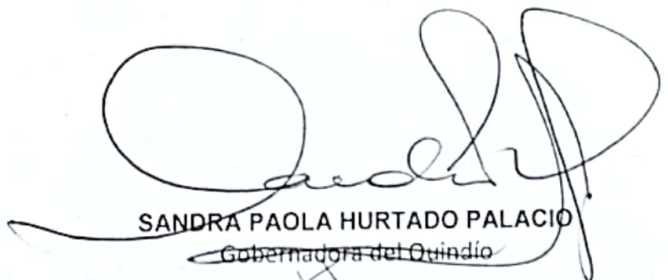
seguimiento se hará dos veces al año, el primero con corte a junio 30 y el segundo a diciembre 31 los cuales se radicarán en la Secretaría de Planeación dentro de los 15 días calendario siguientes al vencimiento del corte y posteriormente serán presentados al Gobernador del Departamento.

**ARTICULO DECIMO:** El presente decreto rige a partir de su promulgación.

**PUBLIQUESE Y CÚMPLASE,**

Dado en la ciudad de Armenia, Quindío, siendo los ( 30 ) días del mes de diciembre de dos mil catorce (2014).

30 DIC 2014.

  
**SANDRA PAOLA HURTADO PALACIO**  
Gobernadora del Quindío

Proyecto Rodrigo Vallejo Sánchez/asesor despacho  
Revisor María Nelly aponte Valencia /Secretaria Turismo, Industria y Comercio  
Aprobó Lina Maria Mesa / Secretaria Juridica y de Contratación del Departamento