

INFORME DE GESTIÓN PROCOLOMBIA 2020



El progreso
es de todos

Mincomercio



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

CONTENIDO

Introducción.....	4
Logros 2020.....	4
Nuestros objetivos.....	6
Misión.....	6
Visión.....	6
Valores y competencias.....	7
Sistema de Gestión de Calidad.....	7
Grupos de interés.....	8
Contexto de Colombia.....	9
Plan de Estratégico ProColombia.....	11
Entorno competitivo.....	12
Atracción de inversión extranjera directa (IED) no minero energética de impacto para el país.....	13
Plan de reactivación IED.....	15
Nuevas Fuentes de Crecimiento- Economía Naranja.....	22
Nuevas fuentes de crecimiento - Expandir y diversificar la oferta exportadora a partir del aprovechamiento de las ventajas competitivas regionales y TLCs vigentes.....	24
Plan de reactivación Exportaciones.....	35
Nuevas fuentes de crecimiento - Turismo Internacional.....	39
Plan de reactivación Turismo.....	42
Marca país.....	47
Otros temas.....	49
CO-nectados.....	49
Comunicaciones.....	50
Cooperación Internacional y Nacional.....	50
Alianzas.....	50
Herramientas digitales y paginas especializadas.....	54
Fortalecimiento Institucional.....	55
Recursos Humanos.....	55
Direccionamiento estratégico.....	61
Innovación y gestión del conocimiento.....	61
2021.....	64
Nuestros legados.....	65



Introducción

ProColombia, contribuye al posicionamiento de Colombia en el exterior, al crecimiento sostenible, a la generación de empleo y desarrollo de las regiones, como ejecutor de la política del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Está encargada de la atracción de inversión extranjera directa a Colombia, la promoción de las exportaciones de bienes no minero energéticos y servicios en mercados con potencial, la expansión de empresas colombianas, el posicionamiento del país como destino turístico de vacaciones y reuniones y la Marca País.

ProColombia participó en la formulación de los tres (3) lineamientos de política que se enmarcan en el Plan Nacional de Desarrollo - PND y se articulan en su Plan Estratégico Sectorial 2019 – 2022: la Política Colombia Exporta, el Plan Sectorial de Turismo y Política Nacional Industrial, y su plan estratégico se ajusta a lo definido en los lineamientos y participa activamente en algunos ejes que estructuran el Plan Estratégico Sectorial 2019 – 2022: (i) Entorno Competitivo, (ii) Productividad e Innovación, (iii) Inversión, (iv) Emprendimiento y Formalización, (v) Nuevas Fuentes de Crecimiento y (vi) Fortalecimiento Institucional, obteniendo resultados importantes que han permitido mejoras significativas en varios de los indicadores estratégicos para el sector y durante el 2020, ProColombia contribuyó también en el plan de reactivación implementado como consecuencia de la pandemia.

Logros 2020

En 2020, ProColombia continuó desde el primer día de las restricciones derivadas por el COVID-19 su labor con los empresarios en Colombia y en el exterior de manera virtual, lo que le permitió mantener sus metas en exportaciones e inversión extranjera directa. En turismo una de las industrias más impactadas por la coyuntura derivada de la pandemia las metas se ajustaron. Se destacan los siguientes logros:

En Inversión Extranjera Directa:

- A US\$9.078 millones asciende el monto de los 197 proyectos de Inversión Extranjera Directa iniciados en 56 municipios de 19 departamentos. Los inversionistas estiman generar 70.864 empleos.
- Inicio de un megaproyecto por US\$680 millones en Buenaventura, con esta inversión se estima la generación de 1.140 empleos directos.
- 30 empresas ancla, compañías referentes y reconocidas internacionalmente, invierten US\$3.918 millones en el país. 27 de ellas lo hacen por primera vez y 3 reinvierten.
- Implementación de la estrategia de nearshoring, se segmentaron 805 potenciales inversionistas, se contactaron 612 con los que se identificaron 106 oportunidades de inversión. En 2020, fueron 13 proyectos los iniciados, por US\$131,5 millones con los que se espera generar exportaciones.
- Fortalecimiento de estrategia de Red-Carpet, ese tapete rojo diseñado para facilitar la llegada de empresas internacionales con una atención al más alto nivel.



- Lanzamiento de la política de inversión sostenible con el que se busca desarrollar una propuesta de valor, que haga del país un lugar ideal para este tipo de inversión y consolide a ProColombia como un referente regional.

En Economía naranja:

- A US\$217 millones ascienden los negocios de exportación de 305 empresarios de actividades de economía naranja de 15 departamentos en 53 países.
- US\$77.7 millones es el valor estimado de los 17 proyectos de inversión que fueron iniciados en 2020, en actividades de economía naranja.

En exportaciones:

- 2.723 empresas de 25 departamentos informaron haber realizado negocios por un valor de US\$5.453 millones con 8.203 compradores internacionales de bienes y servicios de 154 países.
- US\$690 millones de los negocios fueron reportados por 382 empresarios de servicios basados en conocimiento.
- Colombia a un clic: 621 empresarios fueron capacitados; 51 empresas abrieron cuenta en Amazon y en eBay; y 39 vendieron un millón de dólares en esas plataformas. Adicionalmente, a través de nuestras oficinas en el exterior, 47 empresas hicieron ventas por US\$10 millones en marketplaces y canales digitales.
- Lanzamiento del programa de Fábricas de Internacionalización: 904 empresas inscritas en el 2020, 519 empresas aceptadas, de las cuales 277 (96% MiPymes) de 20 departamentos ya están recibiendo servicios.
- Lanzamiento de la estrategia de compras públicas el 8 de septiembre. 17 empresas ya están vendiendo por este canal.
- Realización de la Macrorrueda 80 en marzo. En menos de 48 horas, el evento que estaba planeado para ser presencial y durar tres días, se convirtió en un poderoso marketplace virtual de dos semanas, durante el cual se lograron cerca de 2.500 citas virtuales entre 1.400 empresas nacionales (2.318 empresarios) de 21 departamentos y 464 empresas del exterior (620 compradores) de 50 países. De acuerdo con el seguimiento realizado, al finalizar el 2020 los negocios realizados ascendieron a US\$43,9 millones.

En Turismo

- De acuerdo con los datos de Migración Colombia disponibles a noviembre, 1.208.258 visitantes no residentes llegaron a disfrutar la oferta turística colombiana.
- Implementación del plan de reactivación para mantener posicionada a Colombia en los mercados internacionales.



- Luego de la reapertura de vuelos internacionales a partir del 21 de septiembre se logra el retorno y mejora de la conectividad aérea, alcanzando 529 frecuencias internacionales y 92.881 sillitas.
- Captación de 252 eventos con participación de extranjeros, provenientes de 35 países, para ser realizados en 13 departamentos de Colombia.
- 21.443 personas de 31 departamentos participaron en los programas de formación de turismo, que permitió a los empresarios del sector conocer nuevas necesidades y tendencias internacionales generadas por el COVID-19.

El documento que se presenta a continuación contiene los principales resultados de la gestión del ProColombia, a la luz de lo establecido en su plan estratégico.

Nuestros objetivos

- Poner a Colombia en los ojos del mundo a través de la marca país.
- Atraer los protagonistas globales hacia las regiones de Colombia: Promover a Colombia como destino de Inversión Extranjera Directa.
- Ofrecer al mundo lo mejor de Colombia: Promover a Colombia como proveedor de bienes no minero-energéticos y servicios.
- Invitar a más visitantes internacionales a sentir el ritmo de Colombia y su gente: Promover internacionalmente a Colombia como destino de turismo vacacional y de reuniones.

Misión

Posicionar a Colombia en el mundo como un destino atractivo para la inversión extranjera directa y el turismo internacional y como proveedor de productos y servicios de clase mundial contribuyendo al crecimiento sostenible y a la construcción de un país con legalidad, emprendimiento y equidad.

Visión

Ser en el 2022 la agencia de promoción de país referente en el mundo, producto de una estrategia articulada con las demás entidades del Estado, enfocada en los empresarios nacionales e internacionales y con resultados de impacto.

Valores y competencias

Los valores de ProColombia son aquellos que promueve su filosofía y cultura; a través de éstos, se pretende preservar la esencia y comportamientos propios de la organización y todo el equipo que hace parte de ella. Los valores listados a continuación son el resultado del compromiso y visión de la organización: Compromiso con el desarrollo del cliente, Resultados íntegros y consistentes, Liderazgo amable y efectivo, Innovación continua, Contribución al desarrollo de Colombia.

Sistema de Gestión de Calidad

El Sistema de Gestión de Calidad es la herramienta estratégica con la que cuenta ProColombia y mediante la cual se estandarizan los procesos, se definen nuevos lineamientos, se generan mejoras y se establecen los mecanismos necesarios para ofrecer servicios que cumplan con las necesidades de los empresarios en Colombia y exterior, así como articular acciones con los diferentes grupos de interés. Este sistema hace parte integral de la estrategia de la organización y se estructura bajo cinco pilares:



El compromiso de la organización con la calidad se refleja en la ratificación del Certificado de Calidad de acuerdo con la Norma ISO 9001:2015, con cero No Conformidades por séptimo año consecutivo.

El sistema se complementó con la estructuración e implementación de una nueva metodología de riesgos de acuerdo con el core de negocios, logrando establecer criterios más objetivos y permitiendo a la organización establecer riesgos más estratégicos.

Nuestras Políticas:

1. Política de Calidad: para mantener un excelente nivel de calidad en la prestación de los servicios y una cultura de mejoramiento continuo acorde con las políticas gubernamentales, para contribuir al posicionamiento de Colombia en el exterior, promocionar las exportaciones de bienes no minero

energéticos y servicios, la expansión de empresas colombianas en el exterior, el turismo internacional, la inversión extranjera directa y la marca país.

2. Política de gestión de riesgos: ProColombia administra y gestiona los riesgos con el propósito de generar una cultura organizacional de mejoramiento continuo para prevenir eventos que puedan afectar el cumplimiento de los objetivos estratégicos y procesos, siendo parte integral del Sistema de Gestión de Calidad.
3. Política de sostenibilidad: La política de sostenibilidad de ProColombia brinda un marco de referencia para generar planes de acción al interior de la organización y frente a los diferentes grupos interés. En consecuencia, la política de sostenibilidad es aplicada mediante los siguientes compromisos:
 - Transformamos el país: Promovemos la sostenibilidad como atributo de competitividad y elemento diferenciador de las Exportaciones, la Inversión Extranjera Directa, el Turismo Internacional y la Marca País.
 - Actuamos con el ejemplo: Nos comprometemos a ser una organización internamente sostenible, aplicando la sostenibilidad en nuestros procesos y ser coherentes con las prácticas promovidas en los ejes de trabajo.
 - Se cuenta con un marco de actuación frente a las responsabilidades de la organización en relación con los aspectos económicos, sociales y ambientales, así como una declaración estructurada de nuestros compromisos con los grupos de interés y con el desarrollo sostenible del país. El modelo está alineado con el objetivo misional de ProColombia.














Grupos de interés

Somos aliados de diferentes actores para el cumplimiento de objetivos comunes, con quienes compartimos intereses estratégicos. Nuestros grupos de interés se clasifican de acuerdo con el tipo de trabajo que se realiza



conjuntamente, entendiendo que para cada uno existen diferentes mecanismos de diálogo de acuerdo con sus necesidades y expectativas.

NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS							
NEGOCIO - MISIONALES				ESTRATÉGICOS Y APOYO			
Grupo de Interés	Descripción	Subgrupo de interés	Mecanismos de diálogo	Grupo de Interés	Descripción	Sub-grupo de interés	Mecanismos de diálogo
 Cuentas o clientes	• Toda empresa que recibe o está sujeta a recibir un servicio o instrumento de ProColombia.	<ul style="list-style-type: none"> Exportadores Compradores Inversionistas extranjeros Fondos de Capital Privado Inversionistas colombianos Agencias de viaje Redes de turismo Hoteles Cruceros Marinos Mayoristas de turismo Distribuidores de turismo no tradicionales Asociaciones Ciudades Bureaux 	<ul style="list-style-type: none"> Atención Centros de Información Acompañamiento y asesoría especializada Atención contact center Eventos Actividades de promoción Evaluaciones de satisfacción y resultados comerciales Comités y reuniones con los empresarios Portales web 	 Junta Asesora	• Máximo órgano de gobierno de ProColombia, encargada, entre otras funciones, de la evaluación y aprobación de la estrategia, metas, planta de personal y presupuesto, así como de realizar el seguimiento de la gestión.	Junta Asesora	• Reuniones mensuales de junta
 Colaboradores				 Colaboradores	• Personas que se encuentran vinculadas contractualmente con ProColombia	<ul style="list-style-type: none"> Colaboradores directos Colaboradores indirectos Practicantes 	<ul style="list-style-type: none"> Encuestas de clima laboral Reuniones periódicas de equipo Medios de comunicación interna Ciclo del talento
 Proveedores		• Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	<ul style="list-style-type: none"> Rendición de cuentas Relacionamiento permanente Reuniones y eventos Programas conjuntos Centros Integrados de Servicios (MIGTIS) Portales web 	 Proveedores	• Son personas jurídicas o naturales que suministran algún bien o prestan servicios a ProColombia	<ul style="list-style-type: none"> Alto impacto Impacto bajo 	<ul style="list-style-type: none"> Relacionamiento permanente Informes de supervisión Evaluaciones Relacionamiento permanente
 Entidades Gubernamentales y Diplomáticas	• Son aquellas organizaciones públicas en Colombia y en el exterior con quien ProColombia trabaja articuladamente para cumplir objetivos comunes.	<ul style="list-style-type: none"> Fideicomiso Entidades adscritas al MinCIT Alocaldas Gobernaciones Cancillerías y embajadas 	<ul style="list-style-type: none"> Relacionamiento permanente Reuniones periódicas Comités y reuniones Eventos Relacionamiento permanente Convenios y alianzas Relacionamiento permanente Reuniones Relacionamiento permanente Plan de trabajo Reuniones Eventos Portal web 	 Consultores y expertos	• Son personas que aportan su conocimiento y experiencia a las empresas como parte de los servicios que presta ProColombia	<ul style="list-style-type: none"> Expertos Consultores Conferencistas 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones de direccionamiento Seguimiento y retroalimentación
 Otros entes de Promoción	• Otras entidades homologas a ProColombia en otros países o en las regiones	<ul style="list-style-type: none"> Agencias de promoción internacional (APO/PA) Agencias de promoción de inversión regional (APRIS) Organizaciones Internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> Relacionamiento periódico Eventos Comités Actividades de promoción 				
 Gremios y aliados	• Organización o grupo de organizaciones con quien ProColombia realiza alianzas o genera algún tipo de vínculo para compartir labores y alcanzar objetivos conjuntos.	<ul style="list-style-type: none"> Instituciones académicas Gremios empresariales Cooperantes Cámaras de Comercio 	<ul style="list-style-type: none"> Relacionamiento permanente Comités Eventos Portales web Actividades de promoción 				
 Medios de comunicación	• Son aquellos con los cuales ProColombia divulga la gestión realizada y promueve a Colombia en el exterior	<ul style="list-style-type: none"> Prensa escrita Televisión Radio Redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> Relacionamiento permanente Vistas y reuniones Redes de prensa Contenidos y publicaciones 				

Contexto de Colombia

Durante el periodo 2010-2019, la economía colombiana ha crecido en promedio 3,6%, según las cifras del DANE. En 2019, el PIB de Colombia creció 3,3%, registrándose crecimiento en 11 de las 12 ramas de actividad económica; 5 de ellas lo hicieron por encima del total de la economía. Los sectores más dinámicos fueron: Actividades financieras y de seguros (5,7%), Administración pública, defensa, educación y salud (4,9%), Comercio, reparación,

transporte, alojamiento y servicios de comida (4,8%), Actividades profesionales, científicas y técnicas (3,7%), Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación (3,4%), entre otros.

El Banco Mundial, en su informe de perspectivas de enero de 2021, estima que la economía colombiana decrecerá 7,5% en 2020, en un contexto donde el mundo atraviesa la peor recesión desde la Gran Depresión, debido a los confinamientos y restricciones a la movilidad que se aplicaron en gran parte de los países para detener la propagación de la COVID-19. De acuerdo con las estimaciones del Banco Mundial, se espera que Colombia sea la tercera economía grande menos afectada en la región, después de Brasil (-4,5%) y Chile (-6,3%), presentando un mejor desempeño que países como Perú (-12,0%), Argentina (-10,6%), Ecuador (-9,5%) y México (-9,0%), entre otros.

Con respecto a la inversión, el flujo de inversión extranjera directa (IED) hacia Colombia, durante 2019, alcanzó US\$ 14.314 millones, un aumento de 24,1% respecto al año anterior (US\$ 11.535 millones). Durante 2019, el 68,5% de la IED en Colombia estuvo destinada a sectores diferentes a petróleo y minería. Los sectores con mayor participación fueron: servicios financieros y empresariales (21,4%), comercio, restaurantes y hoteles (14,8%), manufacturas (10,5%) y transportes, almacenamiento y comunicaciones (7,0%). La IED en sectores distintos a petróleo y minería aumentó 29,1% en 2019. Se resalta el aumento en los sectores de electricidad, gas y agua (124,0%), comercio, restaurantes y hoteles (85,4%), agricultura, caza, silvicultura y pesca (80,9%), construcción (72,4%) y servicios comunales (45,2%).

De enero a septiembre de 2020, el flujo de IED hacia Colombia alcanzó los US\$ 5.450 millones, lo que significó una reducción de 49,7% respecto al mismo periodo del año anterior. Los confinamientos alrededor del mundo retrasaron la inversión en los proyectos existentes y afectaron las ganancias de las empresas, por lo que el mayor efecto en Colombia se vio en la reducción de la reinversión de utilidades, que se contrajo 77,1%. Adicionalmente, las perspectivas de una recesión profunda a nivel mundial llevaron a reevaluar y posponer la inversión en nuevos proyectos, prefiriendo mantener un colchón de efectivo, lo cual se reflejó en Colombia en una reducción de las participaciones de capital distintas de reinversión de utilidades (-44,9%).

En los primeros 9 meses de 2020, el 75,1% de la IED que llegó al país se dirigió a actividades no extractivas diferentes a petróleo y minas. Los sectores con mayor participación fueron: servicios financieros y empresariales (26,4%), electricidad, gas y agua (13,7%), servicios comunales (13,1%), comercio, restaurantes y hoteles (10,8%) y manufacturas (10,6%). El flujo de IED en sectores diferentes a petróleo y minas se redujo 42,2% en los primeros 9 meses de 2020.

Según las estimaciones de la Oficina de Estudios Económicos del Ministerio de Comercio de Colombia, para todo 2020, las exportaciones de bienes no minero-energéticos llegarían a ubicarse alrededor de US\$ 14.328 millones, lo que implicaría un decrecimiento de 6,4% en comparación a 2019; mientras que el total de bienes exportados estaría alrededor de los US\$ 30.707 millones, representando una caída mayor (-22,2% respecto a 2019), debido a la reducción de las exportaciones de petróleo y carbón.



De acuerdo con cifras del Banco de la República, el turismo se situó como el segundo generador de divisas de 2019 (US\$ 6.786 millones), después del petróleo y superando productos tradicionales como café, flores y banano. Según cifras de Migración Colombia, en 2019, llegaron al país 4.530.574 visitantes no residentes, un aumento de 3,0% con respecto a 2018 (4.397.588 visitantes). De igual forma, se destacó el comportamiento de extranjeros no residentes en Colombia, el cual presentó un incremento de 3,4%, respecto a 2018.

De enero a noviembre de 2020, el número de visitantes que llegó a Colombia fue de 1.208.258, con una reducción de 69,8% respecto a igual periodo de 2019 (4.006.708), debido a la pandemia de COVID-19 que obligó al país a establecer cierre de fronteras para evitar y contener la propagación del virus dentro del territorio nacional.

En los primeros 11 meses de 2020, la llegada de colombianos residentes en el exterior totalizó 261.987, una reducción de 66,1% con relación al mismo periodo de 2019 (772.248); mientras el número de cruceristas sumó 134.357, un descenso de 56,6% en comparación al mismo periodo de 2019 (309.520). En cuanto a los extranjeros no residentes, llegaron al país 811.914, lo cual significó un decrecimiento de 72,2% con respecto al mismo periodo de 2019 (2.924.940 extranjeros).

Finalmente, es de destacar que la economía colombiana ha demostrado ser resiliente y se viene recuperando del efecto del confinamiento desde mayo de 2020, como lo demuestran las cifras de producción y empleo. Las rápidas respuestas de política económica ante la pandemia y el dinamismo que traía la economía colombiana previamente llevan a diferentes organismos internacionales a proyectar que Colombia liderará la recuperación económica en la región en 2021, con un crecimiento de 4,9%, por encima del promedio esperado para la región (3,7%), según las proyecciones más recientes del Banco Mundial. Adicionalmente, según el FMI, en el mediano plazo (2022-2025), Colombia tiene mejores perspectivas de crecimiento económico en comparación de grandes economías como México, Brasil, Argentina y Chile.

Esto, sumado a las reformas y avances que viene haciendo el país para alcanzar los estándares internacionales del mundo desarrollado y las oportunidades que se abren para Colombia como un destino ideal para nearshoring, ratifican al país como un aliado estratégico para los empresarios nacionales e internacionales.

Plan de Estratégico ProColombia

El plan estratégico de ProColombia se genera con base en los objetivos del Gobierno Nacional plasmados en el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 “Pacto por Colombia, Pacto por la equidad” y en los objetivos definidos en los ejercicios de construcción conjunta del Plan Sectorial realizado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo con el sector.

Este informe se ha organizado siguiendo los ejes en los que se estructura el Plan Estratégico Sectorial 2019 – 2022 y en los que participa activamente ProColombia que son: (i) Entorno Competitivo, (iii) Inversión, (v) Nuevas Fuentes de Crecimiento y (vi) Fortalecimiento Institucional.

Entorno competitivo

Durante el 2020, ProColombia participó y contribuyó con las siguientes acciones que permiten identificar posibles medidas de facilitación de comercio:

- En el marco de la Macrorrueda 80 Virtual, se generó un espacio denominado “Bloque de Soluciones para la Internacionalización”, durante el cual se llevaron a cabo un total de 156 citas entre empresarios colombianos y entidades financieras y entidades públicas que intervienen en el proceso exportador: Bancóldex, Fiducoldex, INNpulsia, INVIMA, MinAmbiente y MinCIT entre otras.
- Se apoyó al MinCIT en el levantamiento de barreras arancelarias, no arancelarias y legales de los sectores priorizados y, en la coordinación y convocatoria para la realización de 4 mesas de facilitación de sustancias controladas, sector farmacéutico, Comercio Electrónico (con el Ministerio de las Tecnologías de la información y las Comunicaciones) y Sector Salud.

Como resultado de las mesas de sustancias controladas y sector farmacéutico, fue el levantamiento de 8 de las barreras más frecuentes y que serán insumo para el plan de trabajo articulado. Estas son:

- Fortalecimiento institucional y simplificación de trámites ante el Invima para mejorar los tiempos de aprobaciones.
- Reconocimiento mutuo en el marco de Alianza Pacífico – Homologación de registros sanitarios.
- Inspecciones en puertos y aeropuertos.
- Capacitación a los funcionarios de la policía antinarcoóticos en puertos y aeropuertos para inspecciones.
- Eficiencia en los trámites con el Ministerio de Justicia a través de la plataforma SICOQ.
- Renovación de los certificados de carencia ante el Ministerio de Justicia.
- Eficiencia en los trámites y procesos ante la DCCA (Departamento Control Comercio de Armas) del Ministerio de Defensa.
- Inspecciones por parte de la Policía Antinarcoóticos y sobrecostos en puertos.

Atracción de inversión extranjera directa (IED) no minero energética de impacto para el país

Durante el 2020 ProColombia continuó promoviendo a Colombia como destino de inversión, para que llegue inversión extranjera directa a las diferentes regiones del país, genere nuevos empleos, impulse las exportaciones colombianas, mejore la competitividad o aumente la infraestructura turística. Ante la inminente crisis mundial ocasionada por la pandemia, ProColombia mantuvo su rumbo, generando nuevas estrategias para aprovechar oportunidades con empresas que tuvieran interés de relocalizarse en la región, entre otras, como más adelante se menciona.

El trabajo en la atracción de IED se enfoca en la promoción de nueva inversión y la reinversión extranjera directa en el país, especialmente en los diferentes sectores que conforman las cadenas priorizadas de agroalimentos, industrias 4.0, químicos y ciencias de la vida, metalmecánica, sistema moda, turismo y competitividad, para que llegue a las distintas regiones de Colombia.

Principales actividades de promoción de inversión

Algunas de las actividades realizadas durante el 2020 fueron:

- **Colombia Investment Summit 2020:** Es el evento más importante en Colombia en materia de atracción de inversión extranjera directa al país, se llevó a cabo la sexta versión durante el 7, 8 y 9 de octubre de manera presencial y virtual. Las agendas académicas tuvieron una asistencia de 1.971 personas 87% más que la anterior versión y 1.085 inversionistas extranjeros 112% más que en 2019. Por otra parte, a las agendas asistieron 1.459 empresas lo que representó un incremento del 206% frente al año pasado, de estas, 851 eran extranjeras alcanzando un crecimiento del 163% respecto al año anterior.



Fueron 339 empresas extranjeras las que se reunieron con 272 empresas nacionales para conocer sus proyectos. En la rueda de negocios se hicieron 15 anuncios de inversión estimados en US\$1.340 millones entre los que se destacan:

- GreenYellow (Francia) espera desarrollar 11 proyectos de energía renovable en Córdoba, Valle del Cauca, Meta, Cundinamarca y Bogotá, por un valor estimado de US\$150 millones y la generación estimada de 90 nuevos empleos.
- Entoria Energy (Singapur) desarrollará proyectos de generación solar de energía para un total de 500 Megavatios (MW) de capacidad instalada entre 2020 y 2025, con una inversión de US\$200 millones.



- Alorica (Estados Unidos), desarrollará un Contact Center en Cali, para atender a clientes de los Estados Unidos, estima la creación de 1.000 posiciones laborales y una inversión inicial de US\$5 millones.

En el marco del evento, ProColombia dio a conocer un brochure con información de 235 proyectos de interés nacional, en segmentos como infraestructura, energías renovables, real estate, agroindustria, logística, entre otros, avaluados en más de US\$17.000 millones.

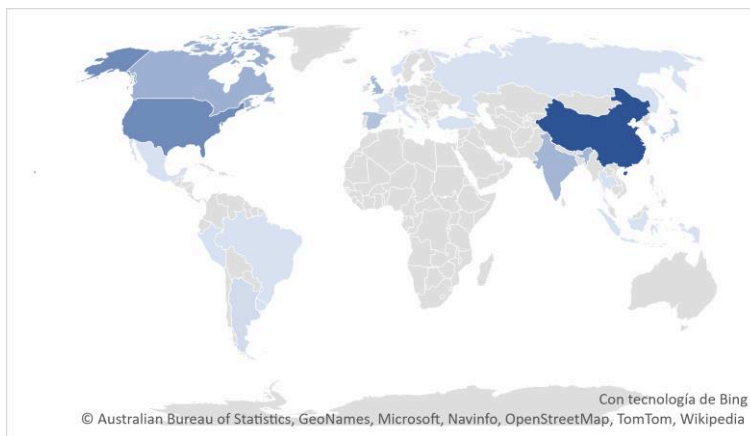
- **Colombia Investment Roadshow:** En la tercera versión de este evento se contó con la participación de 830 asistentes, un 152% más que en 2019, en 3 seminarios de inversión ofrecidos entre el 7 y 9 de julio de 2020. Un portafolio de 73 proyectos, provenientes de 15 departamentos del país, fueron presentados ante los inversionistas, logrando un crecimiento de 204% frente a la edición anterior.



Se realizaron 177 citas, 312% más que en 2019, con al menos 20 intenciones de inversión. Como el evento fue realizado virtualmente participaron además de Reino Unido, inversionistas de varios países europeos, Estados Unidos, México y Canadá. El fondo Soberano Noruego (de los más grandes del mundo), destacó interés por Colombia como primer país de la región en el que invertiría.

- **ProColombia Pitch sessions:** Durante 2020 se realizaron seis encuentros ProColombia Pitch Sessions (se suman a dos realizados en 2018 y 2019). Éstos son encuentros virtuales tipo Shark Tank que buscan promover la inversión en los emprendimientos colombianos. Mediante este formato, se invitaron a los empresarios colombianos que tuvieran proyectos “ready to sell” a realizar su pitch frente a Fondos de Capital Privado, Venture Capital y Venture Capital Corporativos, entre otros. Se presentaron 47 proyectos de emprendedores colombianos ante por lo menos 135 fondos internacionales de 29 países, de los cuales 49 fueron fondos de capital que estaban buscando proyectos con cierto nivel de madurez para invertir. Dado el éxito de esta modalidad de evento, enfocado a conectar emprendedores con inversionistas extranjeros, se llevarán a cabo nuevas versiones, procurando abarcar y presentar más emprendimientos colombianos que ya estén estructurados y que se presenten emprendimientos de sectores de importancia para el país, como agroindustria y manufacturas, adicionales a los de tecnología y servicios.
- **Seminarios de promoción de Colombia como destino de inversión:** Con el fin de promover a Colombia como destino de inversión extranjera directa, se realizaron 120 eventos (seminarios, conferencias, etc.) en 26 países con el fin de divulgar las oportunidades que ofrece Colombia.

Gráfica 1. Eventos realizados por países



Fuente: CRM- ProColombia

Plan de reactivación IED

Debido a la pandemia y la combinación de choques en las políticas de comercio se generó incertidumbre frente al futuro del comercio y la composición de las cadenas globales de valor, en la que se van a priorizar la resiliencia y solidez sobre la eficiencia. Dado esto, se espera que las empresas busquen diversificar su base de proveeduría y/o relocalizarse, tendencia que genera oportunidades para destinos como Colombia, para aumentar su participación en las cadenas globales y convertirse en un lugar que brinde estas alternativas de crecimiento o relocalización para acercarse a sus consumidores.

Con el fin de aprovechar esta tendencia ProColombia diseñó una estrategia de nearshoring en la que se segmentaron, de acuerdo con los objetivos buscados, 805 empresas que podrían estar interesadas para darles a conocer Colombia y se trasladaran o crecieran invirtiendo en el país. De esas empresas, se tuvo contacto con 612, con las cuales se identificaron 106 oportunidades. A diciembre se habían dado 13 anuncios de inversión por US\$131,5 millones. La localización geográfica de los inversionistas contactados se detalla a continuación:

Estrategia Nearshoring

Indicadores	Asia	Europa	Latinoamérica	Norteamérica	Total
Empresas contactadas	144	101	102	265	612
Oportunidades vigentes	21	33	22	30	106
Anuncios Inversión	2	6	2	3	13

Fuente: CRM- ProColombia

Así mismo, dentro de la estrategia de reactivación se está trabajando en el contacto y acompañamiento de potenciales inversionistas de turismo.

Herramientas para atracción y facilitación de Inversión Extranjera Directa

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo suscribió con el BID en el mes de marzo un contrato de préstamo “Programa de Apoyo a la Diversificación e Internacionalización de la Economía Colombiana. ProColombia hace parte del equipo ejecutor del préstamo del componente de Atracción y Facilitación de la Inversión Extranjera Directa, mediante el cual se busca incrementar los flujos de IED de eficiencia, a través de la implementación y uso de nuevas herramientas para la agilización de trámites y la promoción y atracción de inversiones.

En 2020, del trabajo conjunto entre el MinCIT, la Unidad Coordinadora del BID y ProColombia, se lograron los siguientes avances:

- **Ventanilla Única de Inversiones (VUI):** Se mapearon los procesos legales transversales que debe adelantar el inversionista en 23 subsectores priorizados, incluyendo un paso a paso de los procesos, su costo, tiempo y cuellos de botella.
- **Ombudsperson de Inversión:** Se realizó la contratación de dos consultores para el análisis para la adopción de la figura del Ombudsperson o defensor del inversionista, incluyendo la definición del modelo bajo el cual operará la figura en Colombia.
- **Instrumentos de atracción de inversión:**
 - Se desarrolló la consultoría de **priorización y validación de sectores** para atraer inversión extranjera directa, especialmente de cara a la reactivación económica. En 2021, se contratará una consultoría para revisar el potencial a profundidad en: el sector de aeroespacial, inversión sostenible para el desarrollo y los sectores de la Cuarta Revolución Industrial.
 - Se inició el proceso de contratación de la agencia de relaciones públicas de inversión con el fin de abarcar las necesidades referentes al **plan de medios internacional, mercadeo, comunicaciones y marca de inversión** bajo una estrategia contundente y focalizada.
 - Se trabajó en un levantamiento de necesidades para **fortalecer las capacidades tanto del equipo de ProColombia como de las agencias regionales de promoción**, especialmente de cara a los retos que las agencias deben enfrentar por consecuencias económicas de la pandemia.

Trabajo articulado con las regiones

Durante 2020, la entidad mantuvo el acompañamiento y una mayor articulación con las diferentes regiones del país, esto se demuestra con las siguientes acciones:

- ProColombia continuó con el apoyo a la Estrategia REGIP (Regiones Estratégicas de Internacionalización Prioritaria) del MinCIT de los 15 instrumentos definidos en conjunto el año previo se mantuvieron vigentes durante 2020. Estos instrumentos: acompañamiento Red Carpet en las regiones, portafolio de



proyectos, giras de las Agencias de Regionales de Inversión (APRI), webinars, entre otros se acuerdan a la medida de las necesidades de cada territorio para avanzar en su internacionalización, enfocados en atracción de inversión, promoción de cada región e internacionalización.

- Se realizó promoción del clima de inversiones en regiones del país en el marco de los Futurexpo Virtuales, se llevó la oferta de inversión extranjera directa a 8 departamentos: Chocó, Guajira, Caldas, Norte de Santander, Antioquia, Bolívar, Tolima y Risaralda.
- Se continuó con el apoyo a nuevas Agencias Regionales de Inversión: con el apoyo técnico de ProColombia se retomaron los procesos que se encontraban suspendidos en dos agencias regionales de inversión – APRI en las regiones de Tolima y Huila. El apoyo técnico de ProColombia se tradujo en la información y retroalimentación para la forma jurídica de la Agencia, apoyo en la construcción de la oferta sectorial, perfiles de los equipos de trabajo y alternativas para afianzar el clima de negocios la región, así como el plan de promoción.
- Articulación Estratégica con las Agencias Regionales de Inversión – APRI ya establecidas: ProColombia continuó con el trabajo coordinado y en sinergia con las agencias regionales de inversión. En 2020, se generaron actividades de promoción, reuniones de alineación y espacios para compartir buenas prácticas con 19 APRI constituidas y en operación: Invest in Bogotá, Invest in Cartagena, ACI Medellín, ProBarranquilla, Invest Pacific, Invest in Cartagena, Invest in Huila, Invest in Manizales, Invest in Orinoquía, Invest in Pereira, Invest in Cúcuta, Invest in Santa Marta, Invest in Armenia, ProBarrancabermeja, Invest in Cesar, Invest in Boyacá, Invest in Cauca, Invest in Santander y ProMontería. Se hicieron entre otros, una jornada de articulación presencial en el mes de enero con las APRI, en la que se alinearon estrategias, se presentaron objetivos y metas de ProColombia para el año, y se realizó la planeación conjunta de actividades de promoción, se presentaron nuevas herramientas y buenas prácticas.

- **Actividades de capacitación y entrenamiento:**

- Mesas Regionales de Inversión: Durante 2020 se realizaron mesas regionales de inversión, lideradas por la Viceministra de Comercio, con el objetivo de presentar a las regiones la estrategia de Nearshoring para atracción de inversión, realizar un trabajo con los diferentes actores regionales que permitiera la consolidación de la oferta sectorial y potencial de cada departamento para atracción de inversión. Estos talleres fueron liderados y coordinados por las APRI en cada una de sus regiones: ProMontería, Invest in Cesar, Invest in Nariño, Invest in Bogotá, Invest in Boyacá, Invest in Manizales, Invest Pacific, Invest in Santander, ProBarranquilla, Invest in Pereira, Invest in Santa Marta y ACI Medellín.
- Con el apoyo de la consultora internacional Araujo Ibarra se realizó el 20 de octubre de 2020 un taller sobre Estrategia de Nearshoring para atracción de inversión en el cual participaron las agencias regionales de inversión, las entidades de gobierno regionales, Cámaras de Comercio y Zonas Francas.
- Invitación a seminarios web de ProColombia y otras entidades: Las APRI fueron invitadas a más de 26 seminarios web realizados por ProColombia e invitadas a 9 seminarios realizados por aliados como



Amcham y FDI con temas relacionados con promoción de inversión, COVID-19, logística, perspectivas económicas de los mercados, Fondos de Inversión, Economía Naranja, entre otros.

- ProColombia realizó 4 sesiones de capacitación y trabajo conjunto con las agencias en estos comités donde se han presentado temas de interés como: Estrategia Red Carpet, Estrategias de reactivación económica en Corea, buenas prácticas regionales en bilingüismo, presentación incentivos tributarios, perspectivas económicas 2021, entre otros.
- Elaboración de la Biblioteca Digital con presentaciones e información general de sectores y estrategia de promoción de inversión de fácil acceso para las APRIS.



- Actividades de Promoción realizadas con las APRIS

- En Norteamérica: Se organizaron reuniones en conjunto con el Embajador Santos para definir propuestas de valor de regiones con Invest Pacific y ProBarranquilla. En el evento International Alliance of Patients' Organizations (IAOP) en febrero 2020 se participó con Invest Pacific y Zona Franca Bogotá. Se realizó un webinar en junio 2020 sobre las Tecnologías de la información y la comunicación (TICs), con el Departamento de Comercio de EE.UU, participaron ProBarranquilla, Ruta N, Invest In Bogotá, e Invest Pacific. En junio, dentro del marco de la gira virtual con el entonces Viceministro Buitrago se invitó a la ACI, Invest Pacific, ProBarranquilla e Invest in Bogotá quienes tuvieron rol activo presentando propuestas para el sector audiovisual. Finalmente, en diciembre se invitó a Invest Pacific, ProBarranquilla e Invest in Cartagena a participar en el evento virtual "site selectors round table" del Site Selectors Guild en EE.UU.
- En Europa, se desarrolló con Invest in Bogotá un proceso de divulgación de la adquisición por parte del Distrito de buses eléctricos en la ciudad. En esta participaron empresas de Reino Unido, España, Suecia, Alemania, Italia, Turquía y Rusia.
- En Asia, se coordinaron capacitaciones de potencialidades regionales con Invest in Huila con India e Invest in Santa Marta en Corea y en general para todo el Hub de Asia con Invest in Cartagena y ProMontería; con Invest in Cartagena se realizó un Café con el Embajador de China para promover el sector Petroquímico y el proyecto de la Planta de PDH (antes que en agosto el proyecto se aplazara). Con Invest in Cesar se tuvieron reuniones de alto nivel con Sr. Gobernador para la promoción del proyecto de la Empresa japonesa Euglena (producción de algas); se realizó un evento para la promoción con empresas chinas del Proyecto HidroMiel con Invest in Manizales.
- En Latinoamérica, se organizaron agendas virtuales con Invest in Armenia en Chile y Perú. Adicionalmente, se llevó a cabo la gira Audiovisual Viceministro de Cultura Felipe Buitrago. El Ministerio de Cultura, Proimagenes e Invest in Bogotá con el apoyo de ProColombia realizaron la Gira que consistió en seminarios de promoción de los nuevos incentivos para el sector audiovisual en Colombia y una agenda de reuniones uno a uno con algunos productores, estas giras se realizaron en tres diferentes sesiones para los mercados de Latinoamérica, Países Nórdicos y Estados Unidos; como parte de la agenda



se realizó la presentación de las oportunidades en audiovisuales de ACI Medellín, ProBarranquilla, Invest Pacific e Invest in Cartagena.

- En el Colombia Investment Roadshow, realizado en el Reino Unido y enunciado anteriormente, las APRIs con las oficinas regionales de ProColombia fueron claves para el levantamiento de los proyectos que se presentaron a potenciales inversionistas. Los departamentos que participaron fueron: Antioquia, Atlántico, Bolívar, Caldas, Cesar, Córdoba, Cundinamarca, Huila, Magdalena, Nariño, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander y Valle del Cauca y de los sectores de Agroindustria, Energía, manejo de residuos, Infraestructura, Real Estate y Tecnología.
- En el marco del evento Colombia Investment Summit de 2020 organizado por el MinCIT y ProColombia, las regiones también tuvieron una participación destacada durante el panel de oportunidades de inversión en las regiones, en el que participaron los Alcaldes de Medellín, Bucaramanga, Cali, Barranquilla y Cartagena. Las regiones con mayor participación por proyecto/empresas buscando inversión fueron: Cundinamarca (35%), Antioquia (19%), Valle del Cauca (7%) y Córdoba (6%), entre otros.

Resultados Inversión Extranjera Directa

ProColombia, como resultado de las estrategias y actividades descritas anteriormente y en especial por el relacionamiento y acompañamiento a los inversionistas en Colombia y en el exterior, logra sobrecumplir varias de las metas propuestas para el 2020 mostrando su compromiso con la reactivación económica.

- **Una Mega-inversión:** Se cumple en un 100% la meta propuesta. Como resultado del trabajo conjunto entre el MinCIT y ProColombia, la empresa SeaOne Holdings de Estados Unidos, invertirá en la nueva terminal marítima gas natural comprimido llamada Puerto Solo. Incluye el desarrollo del puerto, el puerto de energía, el almacenamiento de combustible y la generación de energía a través de dos plantas térmicas denominadas Termosolo I y Termosolo II, en Buenaventura Valle del Cauca, con lo cual estiman generar 1.140 empleos directos.
- **30 empresas ancla¹ (empresas referentes):** Se sobrecumple la meta de 10 acordada en el plan de reactivación. Gracias a la estrategia implementada 30 empresas ancla (27 empresas invierten por primera vez y 3 hacen reinversiones en el país) van a desarrollar 36 proyectos de inversión en 20 municipios de 11 departamentos colombianos. La inversión llegará proveniente de 18 países: Argentina, Canadá, Chile, China, Corea del sur, Costa Rica, España, Estados Unidos, Honduras, Indonesia, Italia, Japón, Perú, Polonia, Portugal, Reino Unido, Singapur y Venezuela.

¹ Empresas reconocidas internacionalmente, cuya presencia y operación contribuyen al crecimiento del país y su tejido empresarial, como proveedores y aliados, además de ser dinamizadoras del desarrollo y generación de empleos en las diferentes regiones del país.

**Empresas ancla 2020**

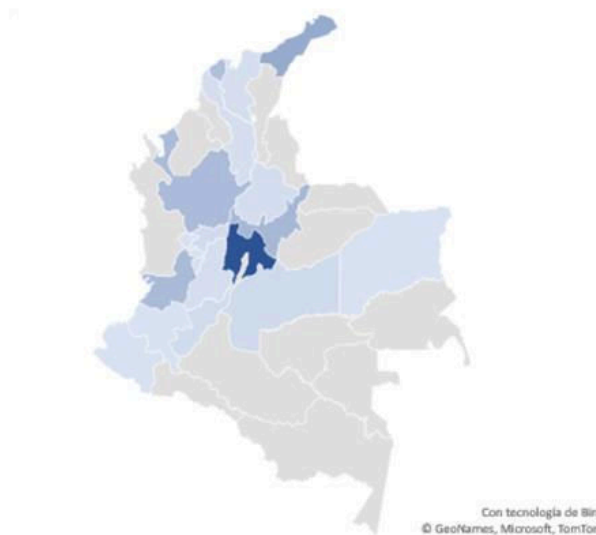
País de origen inversionista ancla	Número de inversionistas anclas	Número de proyectos
Argentina	1	1
Canadá	3	3
Chile	1	2
China	1	1
Corea del Sur	1	2
Costa Rica	1	1
España	1	1
Estados Unidos	11	11
Honduras	1	2
Indonesia	1	1
Italia	1	1
Japón	1	2
Perú	1	1
Polonia	1	1
Portugal	1	1
Reino Unido	1	2
Singapur	1	1
Venezuela	1	2
Totales	30	36

Fuente: Información reportada por los inversionistas a ProColombia

- Montos de Inversión Extranjera Directa:** Se cumple en un 145% la meta propuesta (US\$6.250 millones). Inversionistas de 41 países informaron a ProColombia el inicio de 197 proyectos por un valor estimado en US\$9.078 millones en los que esperan generar 70.864 empleos en 56 municipios de 19 departamentos. Estos resultados incluyen los enunciado de la estrategia de nearshoring:
 - **Infraestructura turística:** US\$124,5 millones en 5 proyectos de 5 países.
 - **Fondos de capital:** US\$2.082,8 millones en 35 proyectos de 13 países.
 - **Economía Naranja:** US\$ 77,7 millones en 17 proyectos de 10 países.
 - **Otros sectores:** como energía eléctrica y servicios, energía renovables, infraestructura, agroindustrial, inmobiliario, software y servicios TI, envases/empaques, metalmecánica, farmacéutico, US\$6.792,6 millones 140 proyectos de 37 países.
- Lanzamiento de la estrategia de atracción de Inversión Sostenible:** Con el MinCIT, el 9 de septiembre, se lanzó la estrategia de atracción de inversión sostenible y de impacto. La estrategia consiste en consolidar a ProColombia como un referente regional para la atracción de inversión sostenible hacia Colombia, para ello se busca tener una identificación clara de la oferta y de la demanda para organizar rondas de inversión. En 2020, se desarrolló y socializó la propuesta de trabajo de la estrategia al interior de la organización, se realizó el primer módulo de capacitaciones frente al tema donde participaron la Dirección de Inversión Extranjera y Servicios del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y las Agencias de Promoción Regional de Inversiones (APRIS). Además, se realizaron eventos con enfoque sostenible, tales como: (i) Panel: El estado de la inversión de impacto en Colombia, y (ii) Panel: Inversión para el Desarrollo Sostenible – Colombia.

Finalmente, el relacionamiento continuó todo el año de manera virtual inmediatamente se declara la emergencia por el COVID-19. Desde marzo hasta diciembre se prestaron más de 3.000 servicios a inversionistas de 67 países, lo que permitió continuar con el relacionamiento y acompañamiento constante a los potenciales inversionistas e inversionistas instalados.

Departamentos a los que se reporta llegada de inversión



Fuente: Información reportada por los empresarios a ProColombia

- **Reconocimientos**

- Colombia, según el ranking de talento humano de IMD en 2020, tiene la tercera fuerza laboral más calificada en América Latina y es líder en formación a los empleados y en esquemas de aprendizaje. Lo anterior permite que economías que están buscando relocalizar sus empresas vean a Colombia como un destino atractivo por su capital humano competitivo.
- ProColombia fue seleccionada, por segundo año consecutivo, como una de las **mejores agencias de promoción de inversión en el mundo**, según el reporte anual “Global Best to Invest” de la revista Site Selection.



Nuevas Fuentes de Crecimiento- Economía Naranja

ProColombia desde los diferentes ejes y áreas trabaja en la generación de información, relacionamiento con las empresas y promoción de la economía naranja, con el fin de contribuir a su crecimiento.

En 2020, con el fin de ampliar el conocimiento de esta industria, tener herramientas de promoción y generar estrategias, ProColombia continuó desarrollando y actualizando los perfiles que muestran las características propias del sector, las oportunidades comerciales que ofrecen los mercados internacionales para los exportadores y las oportunidades que ofrece Colombia para inversión extranjera directa. En este año se realizaron los siguientes perfiles en:

1. Economía Naranja (actualización)
 2. Software y TI para exportaciones (actualización)
 3. Software y TI para inversión extranjera (actualización)
 4. White Paper de economía naranja que entrega a los extranjeros la información relevante del sector (nuevo)
 5. Audiovisual para exportaciones (nuevo)
 6. Audiovisual inversión (nuevo)
 7. Animación para exportaciones (nuevo)
 8. Videojuegos para exportaciones (nuevo)
 9. Publicidad (nuevo)
 10. Comunicación Gráfica & Editorial (nuevo)
 11. Educación (nuevo)
 12. Música (nuevo)
 13. Turismo Comunitario (nuevo)
 14. Turismo Cultural (nuevo)
- En la labor de promover a Colombia como destino de inversión extranjera directa en economía naranja se buscaron, contactaron y acompañaron potenciales inversionistas en los diferentes mercados y se dieron a conocer las oportunidades en los diferentes eventos y actividades descritos en el aparte de inversión extranjera. Como resultado se iniciaron 17 proyectos por inversionistas de 10 países: Chile, Costa Rica, España, Estados Unidos, Francia, India, Italia, México, Países bajos y Reino Unido. Los proyectos tienen un valor estimado en US\$77.7 millones que impactarán los sectores de software, servicio TI y audiovisuales contenidos digitales.
 - En la labor de promoción de exportaciones se realizaron diferentes acciones:
 - Participación en 13 actividades comerciales presenciales y virtuales en 8 países en las que se validó la importancia, para que los empresarios participaran y dieran a conocer la oferta que tiene Colombia en estos sectores. Durante el 2020, 137 empresarios de 12 departamentos participaron en Feria Virtual Devcom en Alemania; Dubai International Content Market en Emiratos Árabes Unidos; Feria

internacional NAPTE, Kidscreen, Feria Virtual GDC San Francisco, Proyecto NexGen – Xchange y CLAB en Estados Unidos; MIFA y MIPCOM online + en Francia; Feria Virtual Womex en Hungría; Tokio Game Show en Japón; MipCancun 2020 Online+ en México y Focus Online en Reino Unido.

- Se organizaron 7 ruedas de negocios en Colombia: Rueda en el marco del Festival Internacional de Cine de Cartagena, Rueda de negocios Industrias 4.0 en ColombiaModa, Rueda de Negocios SOFTIC, Rueda de negocios Bogota Music Market, Rueda de Negocios + CTG, Rueda de Negocios Virtual Industrias Creativas y Economía Naranja y Rueda de Negocios Colombia 4.0, en las que participaron más de 200 empresarios nacionales y 110 compradores de 26 países.
- Se organizaron 2 Showroom en Estados Unidos con la participación de 27 empresas nacionales de 8 departamentos: Showroom Networking Sector Audiovisual 2020 y Colombian Videogame Showcase Summer 2020.
- Asimismo, 233 empresas nacionales de estos sectores participaron en las diferentes ruedas o macrorruedas multisectoriales: ExpoALADI, Macrorrueda 80, MCR Internacional Américas y E-rueda de negocios en los mercados de la Alianza del Pacífico y Centroamérica.

Como resultado del contacto, acompañamiento y seguimiento a las empresas en Colombia y en el exterior y de su participación en las actividades enunciadas 305 empresas de Audiovisuales, Contenidos Digitales, Software y Servicios TI de 15 departamentos de Colombia informaron a ProColombia haber realizado negocios por US\$217 millones con compradores de 53 países.

Nuevas fuentes de crecimiento - Expandir y diversificar la oferta exportadora a partir del aprovechamiento de las ventajas competitivas regionales y TLCs vigentes.

ProColombia en su labor de promoción de las exportaciones de bienes no minero energéticos y servicios en los mercados internacionales entrega información sobre tendencias y dinámicas de consumo de productos en los mercados internacionales, y conocimiento a través del acompañamiento, capacitación y asesoría a las empresas colombianas para el fortalecimiento de su oferta, aprovechamiento de las oportunidades de los mercados internacionales, participación en actividades comerciales que le faciliten la primera exportación o el crecimiento de sus ventas externas en los mercados donde ya exporta o en nuevos, de acuerdo con su interés.

En el trabajo de relacionamiento con los empresarios, realiza seguimiento a la oferta de los empresarios colombianos, a las necesidades y requerimientos de compradores internacionales, a las posibilidades de venta por parte de los empresarios colombianos y de compra de los empresarios internacionales, así como a los negocios realizados como resultado de alguna labor ejecutada por la organización. Los datos de las ventas de los colombianos/compras de los extranjeros son las que ProColombia reporta como negocios facilitados, monitoreando y haciendo seguimiento al comportamiento de las exportaciones no minero energéticas del país, referente permanente para la labor y estrategias de la Organización.

Según las estimaciones de la Oficina de Estudios Económicos del Ministerio de Comercio de Colombia, para el 2020, las exportaciones de bienes no minero-energéticos llegarían a ubicarse alrededor de US\$14.328 millones, lo que implicaría un decrecimiento de 6,4% en comparación a 2019; mientras que el total de bienes exportados estaría alrededor de los US\$30.707 millones, representando una caída del 22,2% respecto al mismo año. Los pronósticos de exportaciones para el último mes del año de bienes no minero energéticos son de US\$1.267 millones, mientras que los de los bienes mineros llegarían a US\$1.419 millones.

Exportaciones no minero-energéticas, año corrido y proyección 2020 (Millones de US\$)

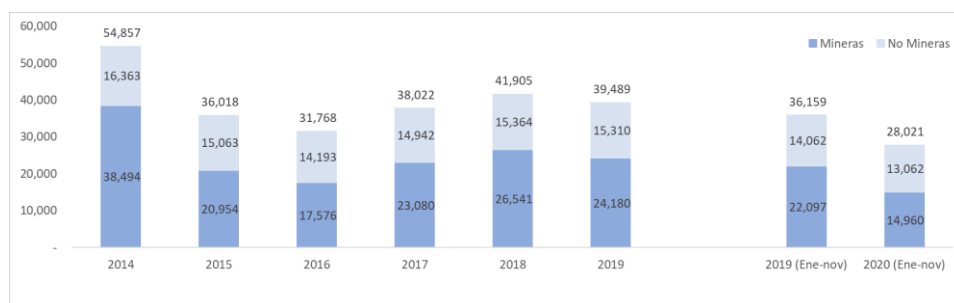
	Ene-Nov 2019 (Millones USD)	Ene-Nov 2020 (Millones USD)	Variación Ene-Nov 2020/2019	2019	Proyección 2020	Variación Proyección 2020/2019
Bienes no minero energéticos	14.062	13.062	-7,1%	15.310	14.329	-6,4%
Bienes minero energéticos	22.097	14.960	-32,3%	24.180	16.379	-32,3%
Total de bienes	36.159	28.021	-22,5%	39.489	30.708	-22,2%

Fuente: DANE - MinCIT, cálculos ProColombia

Según las cifras reportadas por el DANE, de enero a noviembre de 2020, las exportaciones colombianas de bienes no minero-energéticos sumaron US\$13.061 millones, presentaron una reducción de 7,1% respecto a igual periodo 2019 (US\$14.062 millones)².

Es importante destacar que 2020 fue uno de los años más complejos en la historia para la economía global, dadas las restricciones internacionales de movilidad, trabajo y comercio que se presentaron a raíz de la llegada del virus SAR-CoV-2 (COVID-19).

Exportaciones de bienes por tipo, 2014 – noviembre 2020 (Millones de US\$)



Fuente: DANE, cálculos ProColombia.

Por subsectores, “Automóviles de turismo y uso familiar” fue el que presentó la caída de exportaciones más alta, al registrar una reducción de US\$245,6 millones en enero-noviembre de 2020, debido a las fuertes restricciones de movilidad internacionales y a las perspectivas de ahorro generadas en los hogares dada la delicada estabilidad del mercado laboral. El segundo subsector con mayor descenso fue el de “Plástico en formas primarias”, el cual registró una caída de US\$119,4 millones, a consecuencia de la reducción en la producción internacional de los fabricantes internacionales; como China, México y Estados Unidos. El tercer subsector con la mayor caída fue el de “Confecciones”, este presentó una desaceleración por US\$98,9 millones también por las perspectivas de ahorro en los hogares y, a su vez, por el exceso de inventarios en los puntos de venta y distribución de prendas de vestir.

Pese a la difícil coyuntura internacional, es de destacar el comportamiento positivo de las exportaciones de “Café verde”, que aumentaron US\$139,3 millones, en enero-noviembre de 2020, seguidas por “Animales vivos (bovinos)” (+ US\$84,6 millones), “Frutas frescas” (+ US\$58,8 millones), “Aceite de palma” (+ US\$54,6 millones), “Carnes y despojos comestibles (bovinos)” (+ US\$38,9 millones), “Azúcar de caña” (+ US\$34,7 millones),

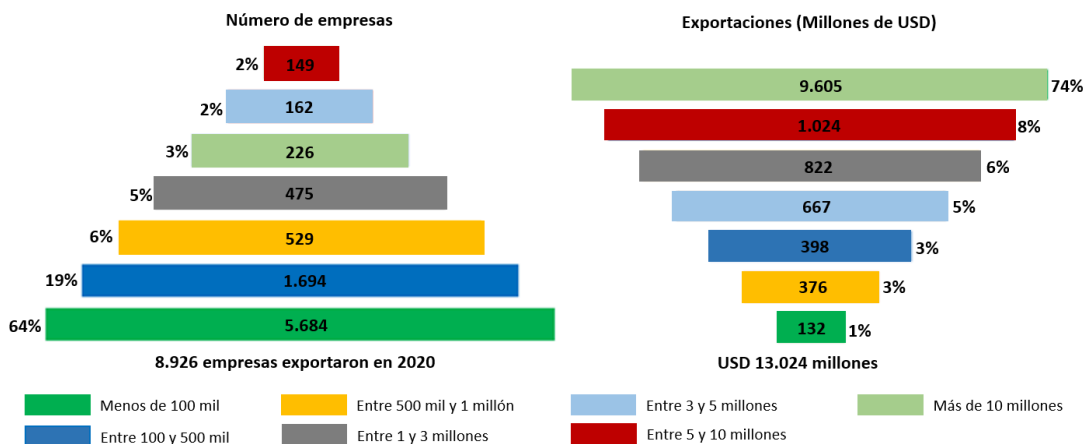
² En este mismo periodo, las exportaciones de bienes minero-energéticos sumaron US\$14.959 millones, un descenso de 32,3%, respecto a enero-noviembre de 2019. En consecuencia, el total exportado de bienes fue de US\$28.021 millones, con una reducción de 22,5% respecto al mismo periodo de 2019 (US\$36.159 millones).

“Telecomunicaciones y sonido” (+ US\$27,6 millones), “Preparaciones alimenticias diversas” (+ US\$26,1 millones), entre otras.

Por país destino, Estados Unidos siguió siendo el principal mercado de las exportaciones no minero-energéticas, con una participación de 28,8% en el periodo enero-noviembre de 2020. Le siguieron países de la región latinoamericana como Ecuador (8,6%), Perú (5,7%), Brasil (5,4%), México (5,2%) y Chile (3,2%). El destino donde más aumentaron las exportaciones no minero-energéticas, en enero-noviembre de 2020, fue Corea del Sur (+ US\$37,6 millones), gracias a las mayores ventas de “Café verde” (+ US\$20 millones), “Banano” (+ US\$12,1 millones) y Fungicidas (+ US\$2,6 millones). El segundo país que más creció en compras de productos colombianos fue España (+ US\$29,5 millones). Esto se explicó primordialmente por el incremento de las exportaciones de “Aceite de palma” (+ US\$23,1 millones), de “Frutas frescas” (+ US\$9,6 millones) y de “Café verde” (+ US\$8,9 millones).

En cuanto al número de empresas que exportaron bienes no minero-energéticos, de acuerdo con la información del DANE, se observa que hubo una reducción de 1.106 empresas (-11,0%), pasando de 10.032 en el periodo enero-noviembre de 2019 a 8.926 en igual periodo de 2020.

Distribución de las exportaciones de bienes no minero-energéticos por rangos de valor enero – noviembre 2020



Fuente: DANE, cálculos ProColombia

Analizando por rangos de valor exportado, para el mismo periodo, se observa una reducción en el número de empresas en 5 de los 7 rangos. Hay que resaltar que donde se dio la mayor reducción de empresas fue en el rango más bajo (“Menos de US\$100 mil”), con 979 empresas menos, seguido del rango “Entre US\$100 mil y US\$500 mil” con una reducción de 80 empresas. Sin embargo, en los rangos “Entre US\$500 mil y US\$1 millón” y “Entre US\$3 y US\$5 millones” se vio un aumento en el número de empresas, de 12 y 3 empresas adicionales, respectivamente. Contrario a lo ocurrido en el número de empresas, el valor exportado se redujo principalmente

en el rango más alto “Más de US\$10 millones” (- US\$1.003,3 millones, -7,5%), mientras el mayor incremento se dio en el rango que le sigue “Entre US\$3 y US\$5 millones” (+ US\$39,6 millones, 6,3%).

En cuanto a servicios, las cifras del Banco de la República revelan que las exportaciones de enero a septiembre de 2020 sumaron US\$3.854 millones, con un decrecimiento de 47%, respecto a igual período de 2019 (US\$7.268 millones), principalmente por el comportamiento del principal renglón que es el de turismo y servicios relacionados. El sector “Servicios informáticos” fue el único que tuvo un crecimiento en el periodo de enero-noviembre de 2020 (+ US\$20,1 millones, 11,6%).

Exportaciones de servicios, año corrido 2019 y 2020 (Millones de US\$)

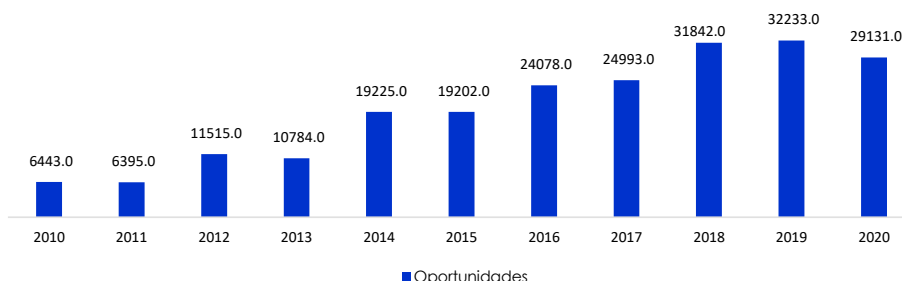
	Ene-Sep 2019 (Millones USD)	Ene-Sep 2020 (Millones USD)	Variación Ene-Nov 2020/2019
Servicios	7.268	3.854	-47,0%
Pasajeros	834	283	-66,1%
Viajes	4.034	1.333	-67,0%
Propiedad intelectual	71	68	-4,3%
Servicios informáticos	172	192	11,6%
Servicios de la información	2	2	-17,6%
Servicios profesionales y de consultoría en administración de empresas	306	263	-14,0%
Servicios personales, culturales y recreativos	84	46	-45,6%

Fuente: Banco de la República, cálculos ProColombia

Posibilidades de venta u oportunidades de negocio de las empresas que han trabajado y han participado en actividades apoyadas por ProColombia

ProColombia en seguimiento al trabajo conjunto con las empresas en Colombia y los compradores en el exterior, recibió información de 29.131 nuevas posibilidades de negocio de empresas colombianas con 9.892 compradores internacionales, algunas de las cuales redundarán en futuros negocios. Como se muestra en la gráfica, si bien la coyuntura COVID impactó la generación de nuevas oportunidades de negocio en cerca del 10% frente al año anterior (esta disminución principalmente sustentada en los sectores de Software & TI, Agrícola, Artículos de Hogar y oficina, Dotación Hospitalaria, Farmacéutico, entre otros, más empresas han reportado más posibilidades de ventas gracias a los diferentes servicios y herramientas que ofrece ProColombia.

Número de nuevas oportunidades de negocios por año 2010-2020



Fuente: Empresarios - ProColombia.

Número de empresas con oportunidades por año 2010-2020



Fuente: Empresarios - ProColombia.

Durante el 2020, ProColombia trabajó en la promoción de las exportaciones no minero energéticas respondiendo a las necesidades de la nueva dinámica mundial debido a la pandemia y buscando nuevos escenarios de generación de negocios de manera virtual. Igualmente para facilitar a los empresarios el entendimiento y acceso, agrupó en cinco grandes líneas, los servicios que buscan adaptarse a las necesidades de los empresarios y su madurez exportadora. Los avances para cada línea de servicio son:

Motivación Exportadora

Con el fin de motivar a los empresarios a exportar y brindar información de oportunidades comerciales en los mercados internacionales, se ofrecieron los siguientes servicios:

- **Seminarios de divulgación de oportunidades en los mercados internacionales** ofrecidos a los empresarios colombianos con información de oportunidades comerciales, tendencias, cultura de negocios, requisitos exigidos por el mercado o los compradores internacionales. En el 2020 se ofrecieron 104 seminarios en los cuales participaron más de 13.000 personas. Algunos de los temas abordados fueron: Impacto del COVID-19 en el sector químico, Cómo funciona el sector de salud en Estados Unidos, Noruega: Mercado de



Oportunidades Para Productos del Agro Colombiano, Oportunidades de exportación para los derivados bufalinos, Sustainability & The Fashion Industry After Lockdown: Sustainability Culture, Tendencias Globales de desarrolladores y DevOps , entre otros. Las memorias de los seminarios se encuentran disponibles en <http://www.procolombia.co/memorias>.

Adicionalmente, se ofrecieron seminarios virtuales para que las empresas colombianas y del exterior conocieran y accedieran a información relacionada con oportunidades en los mercados internacionales y facilitación del comercio durante la coyuntura COVID-19. Se realizaron 53 webinars en donde participaron más de 8.500 personas de todos los departamentos de Colombia y empresarios de países como Argentina, Ecuador, Aruba, Curazao, Haití, Jamaica, Canadá, China, España, Francia, México, entre otros. Algunos de los temas tratados fueron:

- Seminario de Facilitación de Comercio durante COVID – 19
 - The future of conventions, fashion weeks and trade shows, what is next for the event industry in the evolution post pandemic - live Instagram
 - FruitAttraction: Retos y oportunidades de las plataformas feriales agroalimentarias
 - Colombia como proveedor de excelencia en salud-Ecuador
 - Charlas semana virtual de la salud Covid-19-en el Caribe
 - Seminario e-commerce B2B Claire Global
 - ProColombia Design Talks, Capitulo 1: Estados Unidos, la puerta para la internacionalización del diseño colombiano.
- **Futurexpo:** En coordinación con el MinCIT y entidades del sector, se realiza un foro dirigido a empresarios y emprendedores en diferentes regiones colombianas para que conozcan las oportunidades que ofrecen los mercados internacionales y los servicios y acompañamiento que pueden tener. A su vez se realiza una rueda de asesoría y orientación para los empresarios interesados en cada uno de los servicios de ProColombia. Dada la coyuntura COVID, estos foros se realizaron de manera virtual.

En 2020, se realizaron 35 Futurexpo en los 32 departamentos, para un cumplimiento del 100% de la meta. Se contó con la participación de 6.870 personas, entre los cuales 293 pertenecen a poblaciones vulnerables y 279 a población afrocolombiana, palenquero y/o raizal.

- **Benchmarking Exportador:** Es una actividad enfocada a fortalecer el proceso de preparación de empresas futuras exportadoras a través de visitas a empresas con amplia trayectoria en exportaciones que comparten sus buenas prácticas de exportaciones e internacionalización. Entre los meses de marzo y noviembre del año 2020, se desarrollaron 25 jornadas de Benchmarking Exportador en modalidad virtual con la participación de 295 empresas exportadoras de 22 departamentos.

- **Misiones Logísticas:** una herramienta que ayuda al empresario a conocer paso a paso el proceso logístico internacional en aeropuertos, puertos marítimos y férreos. Además, la importancia del networking para estrechar relaciones con los principales actores de la logística de exportación como los agentes aduaneros y de carga, DIAN, ICA, INVIMA o la Dirección de Antinarcóticos. En 2020 se realizaron 12 misiones logísticas en donde se impactaron 267 empresas de 21 departamentos del país de todas las cadenas productivas.

Capacitación

Con el fin de proporcionar al empresario herramientas que le ayuden a tomar la decisión de iniciar un proceso de exportación, ProColombia ofreció:

- **Programa de formación exportadora de bienes y servicios:** Son talleres teóricos/prácticos con el fin de capacitar a los empresarios sobre los procesos de exportaciones, inteligencia de mercados, y demás temas relevantes para el comercio internacional (marketing digital, negociación con clientes internacionales, comercio electrónico, entre otros).

En 2020, participaron 42.601 personas de 31 departamentos para un cumplimiento del 121% de la meta de 35.000 participantes.

Adecuación de oferta exportable

Teniendo en cuenta los requisitos de los mercados y de los compradores internacionales, ProColombia ofrece a los empresarios información y asesoría sobre costos de exportación, etiquetado, empaque, embalaje, marketing que les permita adecuar sus productos y estrategias de promoción de acuerdo con los requerimientos de los mercados o compradores internacionales.

En 2020, participaron 354 empresas de 15 departamentos (Antioquia, Atlántico, Bolívar, Boyacá, Caldas, Cauca, Cundinamarca, Huila, Meta, Nariño, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander y Valle del Cauca) iniciaron por primera vez un programa de adecuación para un cumplimiento del 101% de la meta de 350 empresas propuesta para el año.

Fábricas de internacionalización

Programa del MinCIT y ProColombia, lanzado en febrero de 2020, con el fin de incrementar las exportaciones no minero energéticas, fomentar la cultura exportadora y ampliar el tejido empresarial exportador, a través de 6 líneas de servicio puestas a disposición de los empresarios (Programa Excelencia Exportadora 3E, Comex 360, Consorcios de Exportación, Proyectos Disponibles, Mentor Exportador, que incluye el Programa Colombia a un click y Expansión Internacional).



Se inscribieron 904 empresas, de las cuales 519 fueron aceptadas y ya se han prestado servicios a 277 empresas (96% Mipymes) de agroalimentos, metalmecánica, químicos y ciencias de la vida, sistema moda e industrias 4.0 ubicadas en 20 departamentos.

De acuerdo con la línea de servicio que se está prestando se tiene la siguiente participación (las empresas pueden recibir más de un servicio):

- **COMEX 360°:** Busca acelerar la creación y/o fortalecimiento del área de comercio exterior de las empresas, mediante una asesoría especializada, con el fin de facilitar que la empresa exporte de manera constante al tener por lo menos una persona a cargo del proceso de exportación. Durante el año se logró que 169 empresas de 18 departamentos participaran.
- **Programa Empresas de Excelencia Exportadora 3E:** Ofrece una consultoría estratégica a empresas interesadas en evaluar, mejorar e innovar su modelo de negocio internacional con el fin de dinamizar y mejorar su competitividad para el ingreso a nuevos mercados o canales de comercialización en donde ya tenían presencia. En el 2020, se inició plan de trabajo con 48 empresas de 13 departamentos.
- **Consortios de Exportación:** Promueve y desarrolla la alianza entre empresas de diferentes o iguales sectores productivos que les permita desarrollar exportaciones conjuntas para mejorar la competitividad en mercados internacionales. Se puede lograr reducción del riesgo, aumento de rentabilidad, ventajas de eficiencia y/o acumulación de conocimientos. En el 2020 se impactaron un total de 103 empresas de 15 departamentos.
- **Mentor:** Emplea la experiencia de empresas con alta trayectoria exportadora para vincular a sus clientes y proveedores en la dinámica del comercio internacional, con el fin de que exporten o crezcan sus exportaciones. En 2020, 44 empresas de 12 departamentos recibieron del Mentor y ProColombia transferencia de conocimiento en temas claves que facilitan la internacionalización de sus productos.
- **Proyectos Sostenibles:** ProColombia diseña y desarrolla proyectos de exportación para comunidades vulnerables con alto impacto social en regiones con condiciones logísticas adversas, que contribuyan a facilitar una dinámica exportadora constante. En 2020 se apoyaron 4 nuevos proyectos en los departamentos de Quindío, Bogotá, Cauca y Putumayo.
- **Expansión Internacional:** ProColombia acompaña a empresarios a expandir su modelo de negocio en el exterior. Para el 2020 se prestaron servicios a 22 empresas nacionales de 8 departamentos.

Dada la gran acogida que tuvo la convocatoria Fabricas de Internacionalización y el interés de las empresas que tienen alto potencial exportador que no alcanzaron a ingresar o no cumplían con el perfil al momento

de la convocatoria, ProColombia está brindando acompañamiento a 84 empresas adicionales a las enunciadas bajo el programa de Fábricas de Internacionalización.

Actividades Comerciales y de Promoción

Con el fin de generar espacio para que exportadores y futuros exportadores tengan contacto o citas de negocio con compradores internacionales se realizaron entre otras las siguientes actividades de manera presencial o virtual:

- **Macrorruedas:**

- **Macrorrueda 80 Virtual** realizada en marzo, a la semana siguiente de que se declarara la cuarentena. En menos de 48 horas, el evento que estaba planeado para ser presencial y durar tres días, se convirtió en un poderoso marketplace virtual de dos semanas, durante las cuales se lograron cerca de 2.500 citas virtuales entre 1.400 empresas nacionales (2.318 empresarios) de 21 departamentos (50% fueron Mipymes) y 464 empresas del exterior (620 compradores) de 50 países. Los compradores informaron haber realizado compras inmediatas por US\$4,7 millones, durante el evento. De acuerdo con el seguimiento realizado, al finalizar el 2020 los negocios realizados ascienden a US\$43,9 millones.

En el marco de la macrorrueda se realizaron las siguientes actividades:

- o Rueda de Encadenamientos Productivos con Colombia Productiva: Fueron 250 citas, entre más de 200 empresas colombianas, generando ventas durante la actividad \$16 millones de pesos y expectativas de negocios por \$428 millones de pesos.
 - o Rueda “Bloque de soluciones para la internacionalización”: Se llevaron a cabo un total de 156 entre empresarios colombianos y entidades financieras y entidades públicas involucradas en el proceso de exportación.
- **Macrorrueda Internacional Américas:** Durante 10 días se llevó a cabo la rueda de negocios virtual de las Américas, en donde se realizaron citas de negocio entre 1.250 empresarios colombianos y cerca de 500 compradores internacionales de 38 países de la región y de Emiratos Árabes, Israel y Reino Unido. Los compradores informaron haber realizado compras inmediatas por US\$4,4 millones y expectativas de negocio a un año por US\$ 93 millones.





Adicionalmente se realizaron las siguientes actividades:

- Una rueda de encadenamientos productivos, donde se coordinaron reuniones entre cerca de 50 empresas colombianas compradoras y proveedoras, para hacer alianzas que les permitan seguir adelante con sus exportaciones.
- Rueda “Bloque de soluciones para la internacionalización”: Espacio destinado a que los empresarios colombianos, tuvieran citas con entidades financieras y entidades públicas involucradas en el proceso de exportación, 207 empresas exportadoras de 21 departamentos tuvieron citas con entidades de 8 países.
- **Encuentro Empresarial Andino:** fue realizado de manera virtual y contó con la participación de 57 empresarios de 15 departamentos colombianos que tuvieron citas con 21 compradores de 5 países, los cuales manifestaron intención o expectativas de compra por US\$2 millones.
- **Ruedas de Negocios:**
Más de 990 empresarios nacionales de 19 departamentos y 730 compradores de 53 países participaron en 29 encuentros o ruedas de negocios presenciales y virtuales en Colombia y exterior tales como: Rueda en el marco del Festival Internacional de Cine de Cartagena, Rueda Industrias 4.0 en ColombiaModa, Rueda Ingredientes para la Industria de Alimentos en Mercosur, Rueda Sector Construcción-ExpoCamacol, Rueda con mercados de la Alianza del Pacífico y Centroamérica, Rueda FISE, Rueda Envases, Empaques y Soluciones Plásticas, Rueda en SOFTIC, Rueda Bogotá Music Market, Networking TOP Exportadoras Cumbre Cafetera, Rueda Cacao y Chocolatería, Rueda + CTG, Rueda BPRO, Rueda de negocios Alianza Pacífico en Asia, Rueda Rio es Moda, Rueda Industrias Creativas y Economía Naranja, Rueda Productos Bioseguros y Protección Alianza Pacífico, Rueda Colombia 4.0 y Rueda Semana Láctea en Colombia; Rueda Showroom de Jeanswear, Rueda Showroom Ecuador Ropa infantil, Rueda Showroom Ecuador productos innovadores COV-19 y ExpoALADI en Ecuador; Rueda Marcas Blancas, Rueda Negocios EEUU y Rueda Outdoor + Deportivo en Estados Unidos; Rueda de negocios Alianza Pacífico en Reino Unido y Networking Virtual de Flores Colombianas Reino Unido, Irlanda y Países Nórdicos; Rueda de Flores Rusia.

- **Misiones inversas o de compradores:**

Se coordinaron 6 misiones de compradores internacionales presenciales y virtuales en las que más de 550 compradores internacionales de 42 países se reunieron con exportadores en Colombia para cumplir las citas previamente confirmadas en el marco de ferias como: Colombiatex, IFLS+EICI Febrero y Octubre, Showcase Ace Hardware International, Bogotá Fashion Week y Createx Octubre 2020.

- **Ferias internacionales:**

Se coordinó, apoyó y acompañó alrededor de 300 empresas nacionales de 17 departamentos para que participaran en 29 ferias internacionales presenciales y virtuales en 10 países, de acuerdo con su producto y mercado objetivo. Las ferias en que se dio a conocer la oferta colombiana fueron: Feria Ambiente, Fruitlogística, BIOFACH y Feria Virtual Devcom en Alemania; China Fashion week, 2020 Beijing Fashion Week y Feria Internacional CIIE en China; Gulfood Dubái y Feria Internacional Dubái International Content Market en Emiratos Árabes Unidos; Feria internacional MOMAD en España; MIFA, Feria Maison & Objet y MIPCOM online + en Francia; Feria Virtual Womex en Hungría; Feria Internacional Tokio Game Show en Japón; Feria Internacional MipCancun 2020 Online+ en México y Feria Internacional Focus en Reino Unido.

- **Showrooms:**

6 Showroom presenciales y virtuales se realizaron en el extranjero con la participación de 52 empresarios nacionales de 10 departamentos: Trunk Show Laura Aparicio en Singapur; Showroom Networking Sector Audiovisual, Colombian Videogame Showcase Summer 2020 y Showroom Virtual AAPEX Experience en Estados Unidos; Showroom Virtual de Flores Canadá Asocolflores y Showroom de Insumos de Calzado en Ecuador.

Herramientas digitales y otras iniciativas

ProColombia desarrolló y potenció varias herramientas de promoción digital, con el fin de dar a conocer la oferta Colombia y facilitar su conocimiento durante los 365 días a los potenciales compradores internacionales.

- **Plataforma digital Design Room** fue creada junto con la Cámara de Comercio de Bogotá. A través de esta plataforma (360°), 20 empresarios colombianos han recreado un espacio para promover sus productos y mostrar a Colombia desde una faceta llena de color, diseño y estilo, posicionándola en los destinos internacionales más importantes. Durante el 2020, los empresarios han informado ventas por US\$120.000.
- **Colombian B2B marketplace:** es la nueva plataforma diseñada para conectar a los compradores internacionales con los empresarios colombianos. Esta plataforma funciona como un Marketplace, donde se muestra la oferta colombiana exportable y dónde los compradores internacionales interesados pueden



contactar directamente a las empresas colombianas. Contiene la información de la oferta exportable que se integra y otras herramientas como el B2B Tradeshow o los Showcases. Puede ser visitado en la dirección: <https://b2bmarketplace.procolombia.co/es>

- **El Origen de Nuestro Origen una experiencia virtual:** es una experiencia 360°, donde el comprador internacional tiene la posibilidad de conocer las fábricas, producción y puntos de venta de las empresas exportadoras. Esta herramienta tuvo más de 15.000 visitas durante su lanzamiento en la MCR Américas virtual. Se puede conocer en: <https://ourorigin.colombiatrader.com.co/>.
- **Plataforma Virtual “Export Access”** es la primera herramienta virtual desarrollada con el apoyo del BID en América dirigida especialmente a las MiPymes. Permite acceder a información sobre requisitos no arancelarios como medidas sanitarias, requisitos ambientales, permisos, licencias, etiquetado y empaque, entre otros; para que los productos puedan llegar a los diferentes mercados con mayor facilidad. Actualmente, cuenta con información de 5.583 subpartidas arancelarias de 10 mercados en América y 5.100 empresas registradas las cuales utilizan la herramienta. Para el funcionamiento de este proyecto se han hecho alianzas estratégicas con entidades de promoción de otros países y organismos que han apoyado en el proceso de divulgación como Andi, Analdex, Onudi, Legis, Araújo Ibarra, la Alianza del Pacífico y la Comunidad Andina.

A la fecha, se presenta la convocatoria para una firma consultora que realizará el levantamiento de información para el sector de Industrias Creativas, en el que se recopilará información para conocer los requisitos y reglamentaciones que los exportadores colombianos de servicios deben tener en cuenta para ingresar a los mercados de Estados Unidos, Canadá, México, Chile, Perú, Ecuador, España, El Salvador, Guatemala y Honduras.

Adicionalmente se ofrece a los empresarios, las siguientes herramientas de logística virtuales: El Directorio de Distribución Física Internacional, Rutas y Tarifas de Transporte y un Simulador de Costos Logísticos que se pueden acceder en <http://www.colombiatrader.com.co/herramientas/dfi-directorio-de-distribucion-fisica-internacional>.

Plan de reactivación Exportaciones

En el marco del plan de reactivación de MinCIT, ProColombia define las siguientes acciones con el fin de aprovechar las nuevas dinámicas de los mercados internacionales:

- Fortalecer la promoción y actividades para que los empresarios de servicios basados en el conocimiento aprovechen las oportunidades comerciales en los diferentes mercados internacionales con los recursos del crédito BID. En el 2020, como resultado del acompañamiento y participación en actividades, 382 empresas



de 15 departamentos informaron haber realizado negocios por US\$690 millones con 1.114 compradores de 85 países. Adicionalmente, se apoyaron a más de 100 empresarios en 8 actividades comerciales, como lo son: Devcom, Mipcom, Rueda de Negocios Industrias 4.0 en Colombiamoda, MIFA, MipCancun, Tokyo Game Show, NATPE y Customer Contact Week.

- Fortalecer la oferta exportadora a través de Fábricas de Internacionalización. Como se describió anteriormente de las 904 empresas inscritas, se aceptaron 507 empresas y durante el 2020, se han prestado servicios a 277 localizadas en 21 departamentos.
- Aprovechar las oportunidades comerciales en 134 categorías de bienes y servicios, de acuerdo con el ejercicio de potencialidad realizado considerando los cambios por la pandemia en los mercados internacionales. Para ello, se propuso contactar 1.911 empresas exportadoras para dar a conocer esas oportunidades e invitarlas a participar en las actividades que se organizaron para ponerlas en contacto con compradores internacionales y con ello nuevos negocios. En el 2020, se habían prestado servicios a 1.456 empresas de 22 departamentos.
- Aprovechar el canal de e-commerce por el dinamismo adicional que se genera. Para ello se aumentan las metas propuestas, y se acuerda que se trabaja con Colombia a un click para las ventas cross-border y a través de las oficinas del exterior para que las empresas colombianas también potenciaran estos canales en los mercados internacionales. La meta propuesta fue de 200 empresas vendiendo un monto de US\$6 millones. En el 2020, fueron 86 las empresas que realizaron ventas por US\$11,7 millones: en Colombia a un clic: 51 empresas abrieron cuenta en Amazon y en eBay; y 39 vendieron un millón de dólares en esas plataformas. Adicionalmente, a través de nuestras oficinas en el exterior, 47 empresas hicieron ventas por US\$10,7 millones en marketplaces y canales digitales
- Aprovechar el canal de compras públicas ya que la demanda de los estados de bienes y servicios se incrementó durante la pandemia. La meta propuesta fue facilitar negocios por US\$ 2 millones en bienes y servicios adicionales a los de ingeniería y construcción. En el 2020, se lanzó la estrategia, se generaron diferentes webinar y gracias al acompañamiento, 17 empresas informaron haber realizado negocios por US\$8.1 millones en 9 países directamente al gobierno o a través de la firma que se ganó la licitación.

Resultados Exportaciones

Producto del acompañamiento y gestión para poner en contacto a los exportadores colombianos con compradores internacionales mediante la realización de diferentes actividades comerciales, del seguimiento de las posibilidades de ventas que los empresarios han informado y de la implementación de las acciones y estrategias del Plan de Reactivación Económica, los principales resultados obtenidos durante el 2020 fueron los siguientes:

- 2.723 empresas de 25 departamentos (49% Mipymes) informaron haber realizado negocios por US\$5.453 millones, el 15% más que en el 2019 y un cumplimiento del 107% de la meta propuesta (US\$5.100 millones).



- Los negocios fueron realizados con 8.203 compradores de 154 países. El 88% del valor de los negocios reportados se realizaron con compradores de mercados con acuerdos comerciales.
- 58 proyectos de expansión internacional: ProColombia facilitó la expansión de 56 empresas de 10 departamentos en proyectos en 14 países mediante operación directa o alianzas estratégicas que les permitan aumentar la competitividad empresarial o potencializar las exportaciones. El valor de los proyectos se estima en US\$15 millones.
- Fábricas de internacionalización: 904 empresas inscritas, 507 empresas fueron aceptadas. Durante el 2020 se prestaron servicios a 277 empresas de 20 departamentos de las cuales el 96% son Mipymes. De las empresas atendidas, 34 empresas informaron negocios de exportaciones por un monto de US\$15 millones.
- Con el fin de identificar y motivar más empresas a exportar se realizaron 35 Futurexpo, y participaron 42.601 en los programas de formación exportadora de bienes y servicios.
- ProColombia continuó en continuo contacto con los empresarios de manera virtual en 2020 haciendo frente a la coyuntura sanitaria. Desde marzo, se prestaron más de 19.000 servicios a 6.425 empresarios ubicados en 31 departamentos en Colombia y a través de las oficinas del exterior a más 4.900 empresarios extranjeros de 89 países.

Casos de éxito de nuevos productos en mercados

Se presentan algunos casos de éxito de nuevos productos en nuevos mercados, exportados por empresarios que han tenido acompañamiento de ProColombia y al esfuerzo articulado con del Gobierno Nacional en temas de diplomacia sanitaria y comercial (incluida CO-nectados) se pueden destacar los siguientes casos de éxito:

- Primera exportación de Aguacate Hass a China: El 28 de mayo de 2020 zarparon 28 toneladas de aguacate hass colombiano hacia China. La primera exportación de la fruta Colombiana se realizó después de recibir el acceso el pasado 31 de julio, en el marco de la visita de estado del Presidente Ivan Duque a la República Popular China. La empresa Cartama de Antioquia, logró hacer negocios por US\$87.920 con uno de los jugadores más importantes del mercado, Mr. Avcado, el cual al arribo del contenedor y tras pasar por el centro de maduración, inició el 12 de julio la distribución del aguacate colombiano en los supermercados Hema y Pago en Shanghai.
- Exportación de aguacate hass a Polonia: En mayo de 2020 se llevó a cabo una agenda especial para la cadena de supermercado polaca, Biedronka, en la cual participaron 13 empresas colombianas, entre ellas Farms to go, compañía creada en el 2016 dedicada a la comercialización y exportación de frutas frescas como mango, uchuva, limón tahití, aguacate y algunas pasifloras. Como resultado, en agosto realizó la primera exportación de aguacate hass, a ese mercado por un valor de US\$ 80.345.
- Realidad virtual a Israel - Allbreaker, empresa de producción audiovisual de la ciudad de Bogotá, ha estado trabajando con una editorial de Israel que conoció gracias a su participación en el evento Colombia 4.0 del



2019, integrándole contenido de realidad virtual a sus libros; En el 2020, ha exportado cerca de US\$100.000, y la oportunidad sigue vigente, con posibilidades de aumento por la coyuntura actual.

- **Artesanías a Kuwait:** La empresa MYTO DESIGN RITUAL SAS ubicada en Cali, exporta por primera vez en el 2020 US\$14.000 con 700 piezas artesanales para decoración del hogar a Kuwait al almacén Mashmoon Design que hace parte del grupo empresarial Al Mailam Group GTIC. Estas piezas artesanales son elaboradas en hoja de palma de iraca. La empresa trabaja con comunidades de artesanos y brinda un acompañamiento constante para su fortalecimiento empresarial. Estos contactos comerciales los realizó a través de su participación en ferias como Maison et Objet y NY Now.
- **Semillas de cannabis a USA.** Avicanna compañía ubicada en Santa Marta con cultivos de cannabis, extractos y productos cosméticos, realizaron su primera exportación de semillas de cannabis por US\$ 200.000 a Estados Unidos gracias a la asesoría y acompañamiento de ProColombia con información de trámites y documentos que exigen las entidades de control y regulatorias.
- **PET reciclado para la construcción a Paraguay.** Acebri, es una empresa exportadora de Cundinamarca con más de 12 años en el mercado, líder de sostenibilidad en Colombia en recuperación y transformación de PET de difícil reciclabilidad, que desarrolló una patente para fibras de reforzamiento de concreto, dando una segunda oportunidad al plástico. De la mano de ProColombia y como parte del programa CO-nectados logró la apertura del mercado de Paraguay, al que exportó US\$ 24.384 en 2020.
- **Collares para mascotas a Alemania:** La empresa Driverina con su marca Feroz, dedicada a la producción de collares para mascotas ha logrado realizar exportaciones a Estados Unidos, Chile y Alemania, incrementando sus ventas en un 60%. Inició operaciones en marzo de 2019 y en 2020 inició su preparación junto a ProColombia para llegar al mercado internacional participando en actividades comerciales como la Macrorrueda 80, Macrorrueda de las Américas y Colombiamoda.
- **Textiles y bases para estampación digital a Estados Unidos:** SUTEX, empresa que cuenta con tecnología de Estampación Digital Ecológica 0% agua, trabajó de la mano de ProColombia en un plan de crecimiento enfocado al mercado de Estados Unidos. En el 2020 exportó manillas promocionales para el USA Army por US\$150.000.

Nuevas fuentes de crecimiento - Turismo Internacional

ProColombia trabaja en el posicionamiento de Colombia como destino turístico internacional vacacional y de reuniones, a través de acciones enfocadas en viajeros y productos de más gasto; asesorar y ser facilitadores de los empresarios de turismo en el desarrollo de su estrategia de promoción y promover la llegada de nuevas aerolíneas y líneas de cruceros, así como el incremento de frecuencias y rutas.

El año 2020 tuvo un gran impacto para la industria turística a nivel mundial. Ante la coyuntura y con el objetivo de mitigar los efectos que la pandemia pudiese causar, ProColombia se adaptó, transformó y puso en marcha varias acciones con el fin de continuar con la senda de convertir el turismo en el nuevo petróleo de la economía.

Principales Actividades de Promoción:

Con el fin de mantener el contacto de los empresarios nacionales con la demanda internacional, se realizaron actividades tanto en Colombia como en los diferentes mercados priorizados.

- **Macrorruedas:**

- **ProColombia Travel Mart – PTM 2020:** Macrorrueda realizada en el marco de la Vitrina Turística de ANATO en Bogotá. Esta se desarrolló en tres días durante los cuales se efectuó una rueda de sinergias y una rueda de negocios internacional. Previo al evento, con el fin de dar a conocer los destinos y productos a los extranjeros se realizaron 17 viajes de familiarización: 13 de vacacional en el que participaron 105 compradores de 17 países y 4 fams de reuniones en los que participaron 35 compradores de 11 países. Los participantes vivieron experiencias de diferentes productos: culturales, de sol y playa, de patrimonio, de alto perfil, naturaleza, gastronómico, musicales, bienes y segmento LGBT, entre otros. Visitaron ciudades como Cartagena, Manizales, Pereira, Armenia, Santa marta, Cali, Barranquilla y Bogotá.



Durante la rueda se realizaron 4.669 citas entre 228 empresarios de 19 departamentos y 237 compradores de 34 países, que informaron expectativas de negocio por US\$89 millones. Por su parte, en la rueda de sinergias, que busca poner en contacto empresas colombianas proveedoras con empresas que ya hacen negocios con empresarios internacionales, se realizaron 900 citas, en las que 161 proveedores de la cadena de turismo se reunieron con 27 proveedores de bienes y servicios con expectativas de negocios de encadenamiento por \$3.820 millones de pesos.

Paralelamente, fueron organizados recorridos de observación y aprendizaje para emprendimientos de ETCRs (Espacios Territoriales de Capacitación y Reincorporación) grupo conformado por 27 personas de 9 regiones.



- **ProColombia Nature Travel Mart – PNTM 2020:** evento de turismo de naturaleza y aventura, reconocido en Latinoamérica como uno de los encuentros más importantes fue realizado de manera virtual entre el 17 al 20 de noviembre. Se generaron citas entre 94 empresarios colombianos y 95 empresarios internacionales de 16 países, quienes reportaron expectativas de negocios por US\$5.4 millones. Durante la apertura, fue realizado el lanzamiento del Manual Ilustrado para Guías de Turismo de Naturaleza en Colombia, el cual recoge información sobre el patrimonio natural colombiano, y lo expone de manera didáctica, estética y accesible para uso de los guías de naturaleza del país, y para cualquier audiencia nacional e internacional.



En el marco de este evento y por segundo año consecutivo, también se realizó una Rueda de Encadenamiento en la que 54 mayoristas nacionales se reunieron con 53 proveedores también colombianos para generar alianzas. Se registraron expectativas de negocios por \$268 millones de pesos.

- **Ferias internacionales:** Colombia estuvo presente en 28 ferias internacionales en 11 mercados (Alemania, Brasil, Canadá, España, Estados Unidos, Irlanda, Italia, México, Portugal, Puerto Rico y Reino Unido) en las que participaron 49 empresas colombianas de 13 departamentos (Antioquia, Atlántico, Bolívar, Boyacá, Caldas, Cundinamarca, Huila, Magdalena, Meta, Quindío, San Andrés y Providencia, Tolima y Valle del Cauca). Algunas de las ferias fueron: CMT, Expo virtual Latinoamérica y F.R.E.E en Alemania; ABAV Collab y Turismo LGBT en Brasil; FITUR en España; New York Travel Show, Routes Américas, Routes Reconnected, Travel Mart Latinamerica y Virtuoso Travel Week en Estados Unidos; Holidays Show en Irlanda; Roma Travel Show y TTG Rimini en Italia; ATMEX – Adventure Travel Network y World Meetings Forum en México; ABTA Travel Convention, Bird Fair, TTG Restar Travel festival y WTM en Reino Unido, entre otros.
- **Presentaciones de destino:** Se realizaron 81 presentaciones de destino a agencias, mayoristas y tomadores de decisión de Argentina, Brasil, Canadá, Caribe, Chile, Costa Rica, Ecuador, España, Estados Unidos, Francia, Guatemala, Japón, México, Panamá, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Singapur y Venezuela.
- **Semanas virtuales o workshops:** Fueron realizadas cinco semanas virtuales con el objetivo de fidelizar las cuentas claves en los mercados objetivo, inspirar a los mercados con experiencias turísticas atractivas y transmitir confianza a los empresarios nacionales e internacionales frente a la incertidumbre. El formato incluyó dos partes: sesión académica y rueda de negocios. A continuación una descripción de cada una de ellas:
 - o **Semana virtual en Argentina, Chile y Perú:** realizada en el mes de agosto, inició con programación académica en la cual se tocaron temas como: Foro Retos, visión y perspectivas



que enfrenta la industria turística en la nueva normalidad, Panel de destinos y Foro de Conectividad Aérea. En la rueda de negocios, fueron registradas expectativas por US\$1,2 millones entre 44 empresarios colombianos y 102 empresarios de los tres mercados.

- **Semana virtual de Colombia de Europa:** se realizó en el mes de octubre. La sesión académica incluyó temas como: El producto turístico post pandemia, Experiencias innovadores, Industrias MICE y un Panel de aerolíneas llamado “Volando por Colombia: un viaje post pandemia al país”. Fueron registradas expectativas de negocios por US\$2.9 millones entre 54 empresarios colombianos y 36 europeos.
 - **Semana virtual de Colombia en México:** se llevó a cabo en el mes de octubre, en la agenda académica se incluyeron temas como: Una mirada hacia el mercado mexicano, El momento que viven los viajeros y la industria del turismo en México; Naturaleza, un producto inexplorado por Colombia en México y La industria de reuniones. Como resultado de las reuniones entre 41 empresarios de México y 34 empresarios colombianos, fueron reportados US\$3,8 millones en expectativas de negocios.
 - **Semana virtual de Colombia en Brasil:** desarrollada durante el mes de noviembre, se registraron expectativas de negocios por US\$3,7 millones como resultados de las citas de negocios realizadas entre 29 empresarios nacionales y 39 empresarios brasileños. Como parte de la agenda académica se tocaron temas como: Estamos listos, avances y casos de éxito de la reactivación de la industria turística en Colombia y en Brasil; se llevó a cabo un panel de conectividad denominado “Avances de la conectividad aérea Colombia-Brasil y proyecciones 2021; un Pitch session MICE de la Red Nacional de Burós de Colombia, entre otros.
 - **Workshop en Ecuador:** en este fueron reportados US\$5.3 millones en expectativas como resultados de las reuniones de negocios realizadas entre 30 empresas colombianas y 26 empresas ecuatorianas. En la sesión académica fueron incluidos los siguientes temas: un foro de Conectividad y Confianza, Presentación de destinos por parte de las entidades de promoción participantes y una Trivia.
- **Premio Nacional de Turismo de ProColombia:** En 2020, el MinCIT y ProColombia realizaron la segunda versión de los premios nacionales de turismo para reconocer a las personas y empresas del sector que por su liderazgo están inspirando y transformando la forma de hacer turismo en Colombia. Se recibieron 332 postulaciones. Los ganadores de las 12 categorías, además de recibir reconocimiento y visibilidad, recibieron \$12.500.000, suma que podrá ser ejecutada en 2021 en proyectos asociados a la promoción del turismo internacional en compañía de ProColombia. Además, 11 ganadores de las 12 categorías tendrán cuatro talleres experienciales de innovación liderados por iNNpulsa, con el objetivo de brindar herramientas útiles a los participantes para potenciar sus habilidades, experiencias y conocimientos para innovar.



Plan de reactivación Turismo

Con el fin de apoyar la recuperación de la industria turística de Colombia, ProColombia enfocó sus acciones en cuatro objetivos principales, enmarcados en el Plan de Reactivación Económica: La facilitación del retorno y mejora de la conectividad, el acompañamiento a los empresarios del sector a través de herramientas de adecuación a las nuevas tendencias y necesidades de los visitantes internacionales, alianzas interinstitucionales e intrarregionales, y la focalización de la promoción internacional del país con énfasis en un turismo sostenible y de calidad, fueron los pilares que orientaron la hoja de ruta a lo largo de 2020.

- **Conectividad:** A cierre de 2020, se reactivaron 529 frecuencias áreas y 92.881 sillas (incluye charters) logrando recuperar más del 40% de la conectividad que se tenía en febrero 2020 antes de la pandemia. Así mismo se logró atraer siete nuevas rutas: EZ Air en la ruta Curazao hacia Barranquilla, con LASER la ruta Caracas-Bogotá; Spirit Airlines lanzó dos nuevos trayectos, Fort Lauderdale a Bucaramanga y Barranquilla; mientras que con JetSmart se lograron los trayectos Santiago de Chile - Bogotá, Antofagasta-Cali y Antofagasta-Bogotá.

ProColombia reforzó la promoción con el fin de acelerar la reactivación y hacer sostenible la reapertura de rutas aéreas. Se impactaron 13 aerolíneas, alcanzando 13 mercados y beneficiando 10 destinos del país. También, se participó en la versión virtual de Routes Reconnected, evento especializado en el sector aeronáutico, el cual permitió entrar en contacto con 21 aerolíneas, de las cuales 15 manifestaron interés y oportunidad en términos de rutas aéreas hacia Colombia.

Frente a la conectividad marítima, desde el inicio de la coyuntura, se realizó monitoreo del estado general de la industria de cruceros a nivel mundial en asocio con la Florida Caribbean Cruise Association (FCCA). También se establecieron tres ejes principales para la definición de protocolos de bioseguridad en este segmento. Estos se desarrollaron en mesas de trabajo con el MinCIT, la Corporación de Turismo de Cartagena, Secretarías de Turismo, Capitanías de Puerto, ANATO, tour operadores de cruceros, puertos y agencias marítimas. Igualmente, ProColombia participó en eventos y en reuniones de mantenimiento para continuar ofreciendo a Colombia como destino en el Port & Destination Summit 2020, sesiones con CLIA, y la Feria FCCA.

En cuanto a conectividad transfronteriza, se ha trabajado de manera conjunta con gremios para crear planes de promoción con el fin de incentivar el turismo transfronterizo.

- **Herramientas de fortalecimiento y promoción:** Otro factor primordial para la industria a lo largo de 2020 fue la necesidad de ajustar la oferta de productos y servicios turísticos a las nuevas tendencias y necesidades viajeros internacionales. Con el fin de acompañarlos en este proceso fueron realizadas las siguientes acciones:



- Se diseñó la Ruta Exportadora de turismo, en la que se puso a disposición de los empresarios, una serie de videos para capacitarlos y prepararlos a la nueva dinámica de la industria derivada por el COVID-19.
- Se creó el Club de Producto, herramienta de planificación y gestión, diseñada con el objetivo de desarrollar, para un segmento específico, nuevos productos o aumentar el valor de los existentes, permitiendo siempre estar a la vanguardia de las tendencias y necesidades actuales de los mercados atendidos o para explorar nuevos. Durante 2020 se realizaron 40 capacitaciones a la medida, de las fases de desarrollo e innovación turística; se desarrollaron más de 50 paquetes turísticos para 8 productos (5 turísticos y 3 especializados para establecimientos de alojamiento). Para para cada producto se realizó un laboratorio de innovación en los que participaron diferentes actores del sector como: agencias, establecimientos de alojamiento, consultores nacionales e internacionales, academia, entre otros.
- Se desarrolló el proyecto Enrutados cuyo objetivo es mostrar al mundo lo que hace a Colombia única. En 2020, fueron seleccionadas las 25 empresas más innovadoras de Colombia, las cuales formarán parte del catálogo digital a publicarse en colombia.travel en 2021.
- Se adelantó el proyecto de narrativas regionales, que busca identificar la memoria de los atractivos turísticos y recoger la riqueza cultural de las diferentes regiones en términos de su historia, leyendas, música, gastronomía y artesanías, con miras a generar valor agregado a las experiencias turísticas y garantizar su continuidad en el tiempo. En 2020 se realizaron entrevistas a profundidad y talleres de co-creación en 31 departamentos y un taller en Bogotá.
- Para la industria de turismo de reuniones, se contó con el proyecto Incentives Empowerment, un ecosistema para el desarrollo del segmento de viajes de incentivos con el fin de: empoderar a los destinos, capacitar la cadena de valor, fortalecer el desarrollo de cadenas productivas, facilitar la creación de experiencias, alinear la propuesta de valor de los destinos y brindar herramientas para difundir y promover la oferta del segmento. En esta iniciativa se contó con 110 participantes de 15 departamentos del país, dentro de los que se encontraban empresarios, hoteles, burós y DMC's (Destination Management Company).
- Desarrollo de productos turísticos: se realizaron las siguientes acciones con el fin de fortalecer las experiencias especializadas:
 - o **Turismo bienestar:** Se organizó la semana de Bienestar, en la que expertos del producto turístico capacitaron a 55 empresarios de 12 departamentos del país y para obtener el certificado de producto debían realizar un paquete turístico enfocado en bienestar. Se generaron 37 paquetes que pasaron a evaluación de los expertos.
 - o **Turismo LGBT:** Se organizó la segunda Rueda de Negocios y de Encadenamiento LGBT en la que se contó con la asistencia de 16 compradores de Brasil, Canadá, Ecuador, México y Perú.
 - o **Turismo de dos ruedas:** Fueron realizadas dos actividades, la primera fue una carrera virtual en la que participaron 75 personas y en la que se contó con la presencia de Nairo Quintana como



invitado especial. La segunda un webinar con expertos que contó con participación de 55 personas.

- **Turismo gastronómico:** Se generaron tres actividades para que los actores de la industria gastronómica con toda su oferta y manifestaciones culturales se conozcan con la industria turística, propiciando el desarrollo de experiencias turísticas gastronómicas: Un panel en el que participaron 64 empresarios, un taller con 38 personas y una rueda de negocios de encadenamiento con la participación de 54 empresas, en la que se generaron expectativas de negocio por \$305 millones de pesos.
 - **En sol y playa:** ProColombia desarrolló un “brochure” práctico con el paso a paso que debe seguir una playa para obtener una certificación bandera azul en Colombia. Esto con el fin de entregar información a los demás destinos con objetivo de aumentar el número de playas en el país que cuenten con la certificación internacional Blue Flag. Esta es otorgada a las playas que cumplan con los requisitos de calidad ambiental, iniciativa liderada por la Fundación de Educación Ambiental (FEE, por sus siglas en inglés).
- **Alianzas interinstitucionales e intrarregionales:** La articulación con organizaciones nacionales e internacionales ha sido primordial a lo largo del proceso de reactivación del sector.

A nivel internacional, con el fin de afianzar el posicionamiento del país se obtuvieron membresías en la Organización Mundial del Turismo – OMT y en el World Travel and Tourism Council - WTTC. Con la membresía en la OMT se participó en la asamblea de miembros afiliados presentando los principales avances de Colombia en términos de reactivación del turismo y medidas de bioseguridad para recuperar la confianza del viajero. Por su parte, con la membresía de WTTC el trabajo se enfocará en la ampliación de la red profesional de contacto así como participar en la próxima cumbre mundial, en las mesas de trabajo como espacio para dar a conocer las buenas prácticas y aportar en la construcción de políticas en pro de la reactivación y recuperación del sector turismo.

A nivel nacional, ProColombia realizó dos ruedas macrorregionales enfocadas en encadenamiento entre prestadores de servicios, dinamizando la cadena del turismo. La macrorrueda del Caribe incluyó a los departamentos de Atlántico, Bolívar, La Guajira y Magdalena, mientras que la del Centro a Boyacá, Cundinamarca, Huila y Santander. En total participaron 301 empresas, como resultado de las citas fueron reportadas expectativas de negocios por más de COP\$9 mil millones.

Se llevó a cabo virtualmente la VI-Macrorrueda de Turismo de la Alianza Pacífico, del 5 al 8 de octubre. En la sexta edición participaron 84 empresarios emisivos y 105 receptivos, quienes reportaron expectativas por US\$2,3 millones para las empresas colombianas. En esta edición los países invitados fueron Argentina y Brasil.



- **Promoción internacional** con énfasis en turismo de calidad y sostenible. En este objetivo se realizaron entre otras las siguientes actividades:
 - Fam trips (viajes de familiarización) y press trips virtuales con la participación de 230 personas.
 - 16 sesiones interactivas coordinadas por ProColombia como parte del acompañamiento a las empresas en el alistamiento, 12 empresarios cartageneros fueron los encargados de dar a conocer la oferta de la ciudad como destino MICE y vacacional a 770 empresarios de mercados como: Argentina, Chile, Perú, Costa Rica, Ecuador, España, México, Francia, entre otros.
 - 5 Semanas virtuales o workshops: como se menciona anteriormente, para continuar posicionando al país en mercados estratégicos se desarrollaron cinco semanas: Brasil, Cono Sur (Argentina, Chile y Perú), Ecuador, Europa y México. Se contó con la participación de más de 1.100 personas tanto en las jornadas académicas como en las citas de negocios. En total, los empresarios reportaron expectativas de negocios cercanas a los US\$17 millones.

Campaña internacional y plan de medios:

- Para mantener vigente al país como destino turístico internacional a través de tácticas y estrategias con mensajes empáticos, ProColombia creó y lanzó una campaña multicanal en marzo con el mensaje "Cuidémonos ahora para encontrarnos pronto", la cual migró a una segunda fase "Nos encontraremos pronto". Se alcanzaron 240 millones de impactos en 12 mercados. Este mensaje evolucionó a "Estamos listos" para transmitir confianza.
- Se diseñó un plan de medios digitales, para mantener a Colombia posicionada en trece mercados estratégicos: Estados Unidos, Canadá, México, Panamá, Ecuador, Chile, Perú, Argentina, Brasil, España, Alemania, Reino Unido y Francia. El 8 de octubre salieron al aire las primeras acciones con pauta en Google Search para mercados de Latinoamérica, en las redes de Facebook e Instagram en Latinoamérica y España, en Youtube en Latinoamérica y en Twitter en México, Ecuador, Perú y Chile. A diciembre, se habían alcanzado 160.844.370 impresiones, 1.775.048 clics en el portal Colombia.travel y 5.669.118 views.

Adicionalmente y como se mencionó previamente se hicieron 81 presentaciones de destino con el fin de continuar posicionando a Colombia como destino atractivo para el mundo y se participó en 28 ferias internacionales en formato virtual y presencial.



Resultados Turismo

Como resultado del relacionamiento con empresarios en Colombia y el exterior, las actividades comerciales, campañas, planes de medios y demás acciones para promover a Colombia en el exterior como destino de turismo, en 2020 se resaltan los siguientes resultados:

- 1.208.258 visitantes no residentes llegaron a Colombia, entre enero y noviembre de 2020 de acuerdo con la información de Migración Colombia. 134.357 son de cruceros, 811.914 extranjeros no residentes y 261.987 colombianos residentes en el exterior. Para un avance del 69% de la meta ajustada en junio.
- En conectividad, se logró la recuperación de más del 40% que se tenía antes de la pandemia, meta propuesta en junio, con la llegada de 529 frecuencias aéreas y 92.881 sillas.
- 252 eventos captados por empresarios y asociaciones (98 viajes de incentivos, 60 otros eventos, 56 convenciones, 29 congresos y 9 deportivos) de 35 países para ser realizados en 13 departamentos, se estima una participación de 45.018 personas, para un cumplimiento del 97% de la meta del año ajustada en junio. Estos eventos se realizarán entre 2020 y 2025. Dada la coyuntura e incertidumbre generada por la pandemia se diseñó una estrategia con el fin de retener los eventos captados y mantener contacto con los empresarios que tuvieron que cancelar eventos con participación de extranjeros. Como resultado se lograron retener 110 eventos, 47 están programados para 2021 y 2022 y se contactaron empresarios de 26 eventos cancelados para que siguieran considerando a Colombia como destino estratégico para futuras reuniones. De los eventos captados se destacan los siguientes:
 - Cumbre Mundial de Ortodoncia y Cirugía Maxilofacial, que reunirá en Medellín alrededor de 1.000 profesionales de esa disciplina médica de diferentes países.
 - 76th World Homeopathic Congress, para el cual seleccionaron como sede Bogotá y convocará en 2022 a 1.800 miembros de esa asociación.
 - Encuentro Internacional de la Red Gastronómica Delice 2021, evento de tres días que por primera vez tendrá sede en el país, específicamente en Cali, y que reúne a los representantes de las 31 ciudades que conforman la organización de origen francés.
- 21.443 personas de 31 departamentos participaron en el programa de formación exportadora que se transformó en virtual y permitió duplicar el número de asistentes. Se lanzaron 127 cápsulas en video con información y orientación especializada en estrategias para dar respuesta a las nuevas necesidades y exigencias del mercado internacional. Se cumple en un 134% la meta ajustada en junio.

Reconocimientos

El país recibió los siguientes reconocimientos:



- Colombia ganó 10 premios en la versión suramericana de los World Travel Awards 2020. ProColombia fue seleccionada en los World Travel Awards como la agencia líder en el sector turismo Junto a este premio el país obtuvo 9 reconocimientos adicionales: 1) Colombia como destino Líder Culinario; 2) Colombia como destino Líder LGBT en Suramérica; 3) San Andrés ganó como Destino de Playa Líder; 4) Bogotá como Destino de Viajes de Negocios Líder; 5) Medellín como Destino de Escapada Urbana Líder; 6) Barranquilla como Destino de Ciudad Cultural Líder; 7) Cali como Destino Turístico Emergente Líder; 8) Cartagena como Destino de Luna de Miel Líder; 9) Puerto de Cartagena ganó como mejor destino de Cruceros.
- Trip Advisor, una importante OTA en el mundo, incluyó a Cartagena entre los 25 mejores destinos de moda del mundo.
- Colombia.travel ganó el Webby People's Voice Award de los Webby Awards, premios que reconocen a los mejores portales de turismo en el mundo.
- Condé Nast Traveller incluyó a Colombia entre los 20 destinos principales del mundo junto con otros países como Turquía, Grecia, Portugal e Italia.
- El país ganó el Global Big Day, por segunda vez en este año, la competencia de conteo de aves organizada por la Universidad de Cornell en Estados Unidos.
- Lonely Planet, uno de los diarios más relevantes en temas de turismo del mundo, destacó a Medellín como uno de los destinos turísticos preferidos para el 2021.



Marca país

Marca País continúa trabajando en mejorar el posicionamiento y reconocimiento de Colombia en el exterior a través de mensajes relevantes y contundentes que faciliten el cumplimiento de los objetivos de ProColombia, generando a la vez orgullo nacional.

En 2020, se avanzó en la producción de los contenidos del nuevo manifiesto país y se trabajó en el plan de lanzamiento que se debió aplazar por la pandemia para el 2021. Como se menciona previamente, para mantener al país presente se trabajó en una estrategia de comunicación cuyo objetivo fue generar empatía y recordación de marca con un mensaje construido según el contexto de ese momento, este conto con tres etapas: "Cuidémonos ahora para encontrarnos pronto", "Nos encontraremos pronto", "Estamos listos".

Igualmente se construyó el nuevo manual de imagen de Marca País y el Brand Book. En el primer caso, inspirados en la nueva narrativa de marca país, se puede hacer un recorrido amigable alrededor de temas gráficos, uso correcto del logo, ejemplo de piezas y los diferentes recursos gráficos y tipográficos que



aseguren el buen uso de la marca. Este manual es una herramienta clave cuando se trabaja con proveedores externos como las agencias o las marcas aliadas. Por su parte, el Brand Book es la guía en la cual se definen los atributos, características, beneficios, los valores y qué representa la marca, su razón de ser y los pilares según su target. También es el documento que comunica la percepción que terceros tienen de la marca y producto, en este caso Colombia. Éste contiene un conjunto de pautas que sirven de guía para mantener una coherencia de mensajes, comunicación y posicionamiento sin importar la campaña o el entorno.

Uno de los objetivos de la Marca País es contarle al mundo las buenas noticias, los hechos positivos y posicionar el portal Colombia.co como una fuente de esas buenas noticias. Para generar tráfico hacia la página se realizaron acciones y campañas que se tradujeron en los siguientes resultados: 5.916.915 sesiones únicas a cierre de 2020, un crecimiento del 16% vs 2019 en el portal COLOMBIA.CO, y su número de usuarios llegó a 4.684.557 un 25.5% de crecimiento.

Se sumaron adicionalmente a los mensajes de Marca País dos colombianos referentes y queridos, Nairo Quintana como vocero del mensaje de Marca País en el hito del 20 de Julio y Andrés Cepeda a la lista de embajadores de Lo Mejor de Colombia. Se nombraron 10 embajadores de empresas pertenecientes a las Industrias 4.0 lo que permite posicionar a Colombia como un destino de grandes emprendimientos.

Con la campaña del 20 de julio #OrgullososDeNuestraBandera se logró alcanzar a más de 7.000.000 de personas a través de las redes de marca país y más de COP \$1.000.000.000 en free press. El manifiesto construido con Nairo Quintana para esta campaña contó con 444,674 vistas en el canal de Youtube y por primera vez para un 20 de julio, se sumaron 70 aliados a la campaña.

Para la campaña de #LaNavidadEstáEnLoNuestro se realizaron 3 cápsulas de vídeo que demostraban a todos los colombianos porque la navidad está en lo nuestro, en nuestras tradiciones, gastronomía, productos, cultura y valores. Con esta campaña se obtuvo en total en el canal de Youtube 2.235.905 visitas. Se contó con el apoyo de embajadores de la marca como Andrés Cepeda y Fonseca para amplificar el mensaje y con más de 30 aliados de marca país.

Finalmente, Colombia fue el único país latinoamericano premiado en los Country Brand Awards, en la categoría que reconoce la capacidad de atraer inversiones extranjeras, talento internacional y el fomento de las exportaciones. Se reconoció nuestro éxito en la promoción de nuestra marca país a través de la promoción de nuestra economía. En América Colombia ocupó la tercera posición y es el único país dentro del top del ranking de los Country Brand Awards.

Otros temas

CO-nectados

En enero del 2019, se firmó un acuerdo de trabajo entre el Ministerio de Relaciones Exteriores, el de Comercio, Industria y Turismo y ProColombia para afianzar las sinergias y complementariedades de las embajadas y oficinas de ProColombia en el mundo. Se acordó iniciar con planes de trabajo con 16 países en la primera fase, que fueron ampliados a 24 países.

Desde su lanzamiento, las embajadas acompañaron a la entidad en 452 actividades de promoción de los ejes y en 977 reuniones con empresarios, gremios y autoridades de 46 países.

Se han visitado en conjunto 84 inversionistas de nearshoring, 17 de los cuales manifestaron interés en Colombia. Con el fin de seguir avanzando en la gestión y tener un mayor impacto en el Plan de Reactivación, además de confirmar los 24 planes de trabajo que tenemos en ejecución, en 2020, se acordó iniciar planes en 14 países adicionales: Noruega, Irlanda, Dinamarca, Finlandia, Egipto y Uruguay, entre otros donde se ha identificado potencial para los ejes de negocio, para ser ejecutados en 2021.

Con los embajadores se lograron accesos a nuevos productos como lo enunciamos anteriormente, se ha participado en mesas de trabajo de Travel Warnings de Canadá, EEUU, Japón, Francia, Reino Unido, Alemania, Australia, Italia, España, Corea, Turquía e India, y se logró la generación y actualización de contenidos de oferta turística. El resultado es la nueva Revista Colombia de Turismo, que está disponible en cinco idiomas: español, inglés, francés, alemán y portugués.

Con el fin de aprovechar las herramientas tecnológicas y el trabajo con el cuerpo diplomático de Colombia en el mundo, se avanzó en una segunda fase de CO-nectados.

Se creó una nueva Landing Page, para albergar contenido estratégico y novedoso. El 1° de octubre se hizo el lanzamiento de la primera edición de “ProColombia a Time to Talk”, con la embajadora de Colombia en Noruega, Ángela Montoya, y dos turoperadores, uno de Colombia y uno de Noruega, para promover el turismo de lujo en el marco de la reactivación económica.

Por el éxito que se ha tenido, se está trabajando con embajadores para continuar con la dinámica y mantener el interés. Desde el 1° de octubre la Landing Page de CO-nectados ha tenido más de 3.100 visitas desde más de 60 países.

Comunicaciones

Con el fin de fortalecer el posicionamiento de Colombia en términos de inversión extranjera directa, exportaciones y turismo, así como la gestión de promoción de ProColombia en sus ejes de trabajo, se trabaja de la mano con medios de nacionales e internacionales y se genera contenidos para los empresarios.

Resultado de la gestión durante el 2020 se logró un free press nacional de \$66.989 millones de pesos, lo que representó un aumento de 16.8% frente al 2019. Este resultado estuvo impulsado por un trabajo coordinado y enfocado en las regiones así como las alianzas realizadas con medios nacionales, como Caracol radio, El Tiempo y La República, entre otros. En free press internacional se alcanzó \$243.757 millones de pesos, 137% más que en el 2019, como resultado del fortalecimiento de alianzas con medios como Financial Times e Infobae, y un trabajo articulado con agencias de noticias como EFE y PR Newswire.

En cuanto a la comunicación empresarial se llevaron a cabo 80 publicaciones en medios gremiales, un aumento del 122% frente al 2019.

Cooperación Internacional y Nacional

Durante el año 2020, ProColombia apalancó recursos de cooperación, internacional y nacional, por \$9,352 millones de pesos, como resultado del trabajo con entidades internacionales como Import Promotion Desk de Alemania -IPD; la Oficina de Facilitación del Comercio de Canadá -TFO Canadá; el Swiss Import Promotion Programme -SIPPO, la Unión Europea, International Trade Centre, USAID, KATECH y SES de Alemania, y entidades nacionales como INNpula, Secretaría Distrital de Desarrollo Económico de Bogotá, Gobernación de Cundinamarca, Universidad Externado de Colombia, Agencia Presidencial de Cooperación Internacional de Colombia -APC, el Ministerio de Cultura y SENA entre otros.

Con recursos de cooperación también se realizaron un total de 10 misiones de Asistencia Técnica presenciales y/o virtuales con expertos internacionales, con el objetivo de potenciar la competitividad de las empresas colombianas a nivel internacional y fortalecer las capacidades técnicas estas misiones beneficiaron 50 MiPymes.

En fortalecimiento del Talento Humano de ProColombia, se realizaron 3 talleres de capacitación multisectorial con expertos internacionales para funcionarios de exportaciones y uno para funcionarios de turismo.

Así mismo ProColombia compartió sus buenas prácticas sobre turismo, exportaciones e inversión con 3 delegaciones de Argentina, Sudáfrica y Bolivia.

Alianzas

- **Alianza del Pacífico:**



Se continúa el trabajo coordinado y en sinergia con las entidades pares de ProColombia en los miembros de la Alianza Pacífico. A continuación, un resumen de las actividades desarrolladas en el 2020:

- **Exportaciones:**

En el 2020, y como consecuencia de la coyuntura sanitaria se realizaron en formato virtual los siguientes eventos enmarcados en la gestión de promoción conjunta de la Alianza del Pacífico:

- En reemplazo de la **VIII Macrorrueda de negocios de la Alianza del Pacífico** propuesta inicialmente para realizarse en formato presencial en Santiago de Chile, se realizaron tres ruedas de negocio virtuales:

- **E-rueda de negocios de la Alianza del Pacífico dirigida a Reino Unido**

Entre el 29 de junio y el 2 de julio, en la e-rueda de la Alianza del Pacífico en Reino Unido donde participaron 50 empresas exportadoras de los países de la Alianza (15 empresas colombianas) que tuvieron la oportunidad de reunirse con más de 20 compradores de Reino Unido y cuyas citas resultaron en ventas spot por US\$530.000 y expectativas de negocio por US\$ 5.152.000 para las empresas colombianas. Esta actividad fue enfocada en agro alimentos.

- **E-rueda de negocios dirigida a los mercados de la Alianza del Pacífico y Centroamérica**

Entre el 17 y el 21 de agosto, en la e-rueda dirigida a los mercados de la Alianza y Centroamérica participaron 105 empresas de las cuales 29 fueron colombianas. Estas empresas tuvieron la oportunidad de reunirse con más de 50 compradores de 10 países (Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá y Perú) y las reuniones resultaron en ventas spot por US\$ 367.952 y expectativas de negocio por US\$ 6.864.452 millones para las empresas colombianas. Esta actividad estuvo dirigida a los sectores de agroalimentos, metalmecánica y otras industrias y químicos y ciencias de la vida.

- **E-rueda de negocios de la Alianza del Pacífico dirigida a los mercados de Asia y Oceanía**

Entre el 2 y el 11 de septiembre, en la e-rueda dirigida a los mercados de la Alianza y Centroamérica participaron 123 empresas exportadoras de las cuales 27 fueron colombianas. Estas empresas tuvieron la oportunidad de reunirse con 52 compradores de 11 países (Australia, China, Emiratos Árabes Unidos, Indonesia, Japón, Malasia, República de Corea, Singapur, Taiwan, Tailandia, Vietnam) y las reuniones realizadas resultaron en ventas spot por US\$ 173.001 y expectativas de negocio por US\$ 17'403.000 millones para las empresas colombianas. Esta actividad estuvo dirigida a empresas de agroalimentos.

- **VIII Foro de Emprendimiento e Innovación de la Alianza del Pacífico – LAB4+:** esta edición de LAB4+ se realizó del 30 de noviembre al 4 de diciembre en formato virtual y contó con tres componentes: jornada académica, rueda de negocios y rueda de pitch. Para el desarrollo de la actividad de promoción, se priorizaron las siguientes subcategorías de servicios: agrotech, edutech, Fintech y healthtech.



- **Rueda de negocios:**

La rueda de negocios en el marco de LAB4 contó con la participación de 11 empresas exportadoras de servicios de Colombia, así como 15 compradores de 5 países (Canadá, Chile, Colombia, México y Perú). Como resultado de la rueda de negocios se reportaron expectativas de negocio por US\$ 3.486.080 para los exportadores colombianos incluyendo US\$ 1.096.028 en ventas spot.

- **Rueda de pitch:**

La rueda de pitch del foro LAB4 fue un encuentro comercial donde startups de los cuatro países tuvieron la oportunidad de presentar su pitch a potenciales inversionistas en citas uno a uno. Este componente contó con la participación de 42 startups de los cuatro países de la Alianza (7 de Chile, 10 de Colombia, 14 de México y 11 de Perú) con 22 inversionistas de 5 países (Canadá, Chile, Colombia, México y Perú). La encuesta realizada al terminar la actividad indicó que los inversionistas estarían dispuestos a invertir un total estimado de US\$11'285.300.

Teniendo en cuenta la coyuntura generada por la pandemia del COVID-19 y las medidas acatadas por los diferentes gobiernos en materia de aislamiento social y redistribución de presupuesto, el Grupo Técnico de Agencias de Promoción priorizó la realización de actividades comerciales que se pudieran realizar de manera independiente y en formato virtual. Lo anterior implicó que, a diferencia de años anteriores, en el 2020 no se realizaron las actividades: seminario Día de la Alianza del Pacífico (en Colombia), Foro de oportunidades de inversión en la Alianza del Pacífico en el marco de la Asamblea General de las Naciones Unidas, 4 seminarios de inversión en terceros mercados y participación conjunta en ferias.

• **Turismo**

Tras la inactividad del Grupo Técnico de Agencias de Promoción de la Alianza del Pacífico en materia de turismo en 2019 hasta marzo del 2020 dada la ausencia de participación de la Secretaría de Turismo de México, a partir de esta fecha, y gracias a la gestión de las Coordinaciones Nacionales, el Gobierno de México a través de su Secretaría de Turismo reafirmó su compromiso con este grupo técnico, y se trazó un plan de trabajo para el resto del 2020:

○ **E-Macrorrueda virtual de Turismo de la Alianza del Pacífico**

Del 5 al 8 de octubre, se llevó a cabo la sexta Macrorrueda de Turismo de la Alianza del Pacífico por primera vez de manera virtual, con el fin de contribuir a la reactivación del sector, que contó con la participación de 84 empresas

emisivas de los países del bloque y de Argentina y Brasil como mercados invitados, y 105 receptivos del bloque de las cuales 29 fueron empresas colombianas. En esta actividad, se registraron US\$ 6.748.707 de expectativas de negocio, de los cuales 2.3 millones corresponden a Colombia, y 1.2 millones a ventas multidesestino (ventas que empaquetan a dos o más países de la AP incluyendo Colombia).





- **3 Webinars para el fortalecimiento de la industria en el marco de la Macrorrueda de turismo**

Del 5 al 8 de octubre, en el marco de la Macrorrueda de Turismo se llevaron a cabo 3 webinars con el fin de brindar herramientas a los empresarios para adaptarse a la nueva dinámica del sector en temas de conectividad, sostenibilidad y resiliencia, alcanzando una audiencia de 400 empresas conectadas de los mercados del bloque.

- **Plan de medios para la reactivación del turismo**

Se obtuvo la aprobación a través del fondo de cooperación de la Alianza del Pacífico, de un proyecto para la realización de un plan de promoción de turismo entre los países miembros, con el ánimo de mitigar los efectos socioeconómicos del COVID-19. Este proyecto sienta un precedente importante, al ser el primero de cooperación aprobado en el marco de la alianza, alcanzando los US\$ 200.000 (la ejecución se realizará en el 2021).

- **Comunidad Andina – CAN:**

Durante el 2020 se continuó el trabajo articulado con las agencias de promoción en el marco del CAAPE, realizando actividades comerciales y de formación en materia de exportaciones para el empresariado.

- **IX Encuentro Empresarial Andino (28 de septiembre al 2 de octubre – virtual):** se realizó la primera versión virtual del EEA, contando con la participación de 59 empresas exportadoras colombianas y 41 compradores andinos, de los cuales el 46% fueron invitados por ProColombia. A su vez, participaron 35 compradores de Alemania, España, Francia, Italia, Países Bajos, Polonia, Reino Unido y Rusia, de los cuales el 29% fueron invitados por ProColombia (10). Los exportadores colombianos concretaron ventas spot por US\$54.315 y expectativas de negocio por US\$ 1.541.749. Esta actividad estuvo enfocada en los sectores de agroalimentos y cuidado personal y del aseo.
- **Programa de Formación al Exportador Andino (mayo a diciembre – virtual):** se llevó a cabo el programa “Pymes Andinas frente al COVID” con el fin de fortalecer las capacidades técnicas del empresariado andino en temáticas de su interés, mediante la realización de 8 webinars realizados entre mayo y diciembre. En total, se contó con la participación de 386 exportadores colombianos.

- **Asociación Latinoamérica de Integración – ALADI:**

- **Expo ALADI 2020:** ProEcuador y la Secretaría General de ALADI fueron los anfitriones de la séptima edición de Expo ALADI del 26 al 30 de octubre de 2020. Por primera vez y como resultado de la coyuntura sanitaria esta actividad se realizó en formato virtual. Según la Secretaría General, la actividad contó con la participación de 308 empresas exportadoras y 113 empresas compradoras donde se incluyen los 13 países miembros de la ALADI (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela) y los países invitados: República Dominicana y Guatemala. Por parte de Colombia participaron 45 empresas exportadoras cuyas reuniones reportaron expectativas de negocio por US\$ 300.044.



- **Foro Económico Mundial:**

- **Reunión Anual del Foro Económico Mundial (20 al 24 de enero – Davos, Suiza):**

- Desayuno de oportunidades de inversión en Colombia - 23 de enero: al desayuno asistieron 17 potenciales inversionistas del más alto nivel (CEO y Vicepresidentes Globales) de Argentina, Bélgica, Canadá, Francia, India, Japón, México, Portugal, Suiza, Reino Unido y Estados Unidos de diversos sectores como: industrias 4.0 (telecomunicaciones, ingeniería y servicios de la construcción), fondos de capital, infraestructura, agroindustria, agroquímicos y farmacéutico, con el fin de presentar los beneficios que ofrece el país como destino de inversión, el apoyo y acompañamiento del gobierno colombiano y su apuesta por procesos de inversión responsables y sostenibles.
- Reuniones 1 a 1: La presidente Flavia Santoro participó en 4 reuniones 1 a 1 con empresarios de alto nivel de los sectores de Manufacturas (Químicos), Servicios (tecnología, telecomunicaciones, logística) y fondos de capital.
- De las 20 empresas impactadas, se ha logrado avanzar en el estado de oportunidad y/o trabajo proactivo con 8 de las cuentas (Cargill, Gemini Corp, UPL, DP World, CPPIB, Grupo Marhnos, Nestlé).

Herramientas digitales y páginas especializadas

ProColombia continúa ofreciendo un portafolio de servicios digitales y herramientas diseñados de acuerdo con las necesidades de sus clientes. Cuenta con información online disponible para todos los clientes de ProColombia. Su ingreso se hace por www.procolombia.co y páginas especializadas:

- www.colombiatrader.com.co: contiene información de interés para los empresarios exportadores, los que han dejado de exportar y los que quieren iniciar a exportar. Pueden encontrar herramientas como la ruta exportadora que sirve de guía para un diagnóstico para exportar, guía para exportar bienes y para exportar servicios, herramientas para calcular los costos logísticos que deben incluir para el cálculo del precio de exportación entre otros. En el 2020, se realizó un rediseño logrando mejoras en usabilidad, imagen, tecnologías, posicionamiento SEO y estrategia de contenidos llegando a 1.315.600 visitas.
- www.investincolombia.com.co: En el 2020, se desarrolló el nuevo portal de inversión con el fin de mejorar la presencia online, siendo más user friendly, con información actualizada y relevante para nuestro público objetivo. Se logró dar visibilidad a las ventajas y características competitivas de los sectores de inversión en Colombia y mediante información de mercado y facilitando la comunicación directa con ProColombia se ayuda al inversionista en la toma de decisión de invertir en el país. Su lanzamiento se realizó en el Colombia Investment Summit y desde entonces se ha logrado incrementar la duración promedio de las sesiones en 16,5%.
- www.colombia.travel: contiene toda la información requerida por el visitante que viene a Colombia, por producto turístico o por región. También existen herramientas especiales para los empresarios en



www.colombia.travel/empresarios y la página con información necesaria para turismo de reuniones en www.colombia.travel/reuniones. El portal logró más de 3.2MM de sesiones en el sitio, y el gran reconocimiento internacional como el mejor portal de turismo votado por el público en los Webby Awards 2020. También se implementó el Micrositio COVID-19 (en inglés y español) con el objetivo de facilitar el acceso la información relevante sobre los protocolos emitidos por el Gobierno, medidas de alivio y mitigación orientadas al sector del turismo, ofrecer las principales cifras de la situación actual del país con respecto al contagio, los anuncios del Gobierno Nacional en términos de los periodos de confinamiento, y emergencia económica y sanitaria. Igualmente se encuentran las indicaciones para viajeros internacionales y acceso directo al formulario Check-Mig exigido por Migración Colombia y el enlace para descargar la aplicación Coronapp (<https://colombia.travel/es/confinamiento-covid-19>).

Fortalecimiento Institucional

ProColombia tiene un plan específico alineado estratégicamente:

Recursos Humanos

Durante el año 2020, ProColombia mantuvo el trabajo centrado en el fortalecimiento de la cultura organizacional, siempre teniendo en cuenta al funcionario como eje central. Los ejes principales por los cuales se implementaron los principales proyectos del año fueron el liderazgo, el crecimiento personal y laboral del funcionario, el desarrollo de talento, el bienestar personal y familiar y el compromiso por el país.

Durante el 2020, la estrategia de Recursos Humanos se trabajó bajo tres pilares: Talento, Desarrollo y Formación, Felicidad y Resultados Estratégicos, apoyando a todos los empleados en las líneas de cultura, clima, desempeño, talento y desarrollo. Con la figura de HR Business Partner, Recursos Humanos realizó acompañamiento a las diferentes áreas de la Organización.

Se implementaron mejoras en el proceso de sistema de gestión y evaluación del desempeño con el fin de realizar seguimiento cercano a los resultados y metas, además de promover el avance y crecimiento de cada funcionario de la entidad.

Algunas de las acciones adelantadas durante el año fueron:

- **Dimensión de Integración y Familia:** realización de actividades innovadoras contribuyendo a integración del equipo ProColombia, haciendo extensivo ese programa de bienestar a sus familiares, con énfasis en la dimensión de Integración y Familia del plan de bienestar diseñado para el año.
- **Comité de la felicidad:** Durante el año 2020, se continuó con el Comité de la Felicidad. Este es un comité conformado por colaboradores voluntarios de diferentes áreas de la Organización tanto en Bogotá como en Oficinas del exterior y Regionales, el cual busca propiciar la felicidad y el bienestar del equipo de



ProColombia a través de actividades y beneficios novedosos que mejoren su calidad de vida. Este comité se realiza de manera mensual.

Se implementaron prácticas como:

- Clases de rumba semanales virtuales, en las cuales los funcionarios participantes aportaban el 50% del valor de la clase, y ProColombia asumía el 50% restante.
- Cafés de Integración: se organizaron espacios virtuales entre áreas que usualmente no interactúan entre ellas, para propiciar la integración entre todo el equipo ProColombia. En total se realizaron 35 cafés de integración, con la participación de más de 326 colaboradores.
- Proximity Challenge para los practicantes, en el cual el equipo de practicantes se reunía virtualmente para conocerse mejor.
- Adicionalmente se evaluaron nuevas propuestas por los colaboradores para revisar su viabilidad e implementarlas en el 2021.

• **Celebración Fechas especiales:**

- **Día de la Mujer:** Todas las mujeres del equipo ProColombia recibieron una tarjeta virtual felicitándolas en su día especial. Adicional, el 11 de marzo se organizó un spa con la empresa Botanique, donde las mujeres ProColombia tuvieron la oportunidad de recibir masajes y limpiezas faciales y tips de maquillaje.
- **Día del Hombre:** Todos los hombres del equipo ProColombia recibieron una tarjeta virtual felicitándolas en su día especial.
- **Día del Asistente Administrativo:** Para celebrar el día del Asistente Administrativo, todo el equipo administrativo de ProColombia en Bogotá, Oficinas Regionales y Oficinas Comerciales, recibió una tarjeta virtual conmemorativa para felicitarlos en su día y agradecerles por todo su trabajo a lo largo del año.
- **Día de la Madre:** Se realizó envío de una tarjeta virtual felicitando a todas las madres ProColombia en su día. Adicionalmente, se organizó una clase de maquillaje virtual donde todas las madres aprendieron a maquillarse para un “look de día” con implementos que tuvieran en casa.
- **Día del Padre:** Se realizó envío de una tarjeta virtual a todos los padres ProColombia felicitándolos en su día. También se organizó una clase de cocina donde los padres participantes aprendieron de manera virtual a cocinar platos típicos brasileiros.



- **Amor y Amistad:** Para celebrar amor y amistad, en el mes de septiembre se lanzó una invitación a todo el equipo ProColombia con ideas de actividades que podían realizar entre los equipos y áreas para integrarse en esta fecha tan especial. También se realizó para toda la Organización un Stand Up Comedy virtual con el comediante Johan Melo.
- **Acción de Gracias:** Por primera vez se realizó el evento de “Thanksgiving” en ProColombia. Toda la organización estuvo invitada a un evento virtual donde se dio a conocer la historia detrás de la tradicional festividad. Adicional, se realizó una clase de cocina donde todos los asistentes aprendieron a cocinar un plato típico de la celebración: la torta de maíz.
- **Navidad:** Para celebrar Navidad, en el año 2020 se realizó la tradicional Novena ProColombia en formato virtual con todo el equipo incluyendo Bogotá, Oficinas Regionales y Oficinas Comerciales. Durante el evento, se hizo el rezo de la novena con la participación de algunos hijos e hijas de funcionarios ProColombia, se presentó un video con imágenes de las familias de los funcionarios y momentos especiales del año, y se presentó un show navideño en vivo infantil para los niños a cargo del equipo de Makerule Eventos.

Adicionalmente, las personas de las Oficinas Comerciales, Oficinas Regionales y Bogotá, recibieron un postre para compartir en familia durante la novena.

- **Semana Virtual de la Salud:** Pensando en el bienestar y salud del equipo ProColombia, se realizó en la segunda semana del mes de agosto la Semana de la Salud ProColombia. El formato del evento fue virtual y contó con actividades como: clase de pilates en vivo, clase de yoga en vivo, clase de cocina saludable, clase de jugos verdes, clase de ejercicio divertido para niños, clase de Super Army Force y clase de ergonomía y posiciones correctas en casa. También se realizó una charla de nutrición titulada “Cómo iniciar un estilo de vida saludable” liderada por la nutrióloga Lina Noriega y se lanzó el programa de pausas activas virtuales en casa.

- **Plan de Bienestar**

Con base en la información recolectada en diferentes espacios de retroalimentación por parte de los colaboradores (reuniones uno a uno con los colaboradores, encuesta Great Place to Work y Comité de la Felicidad, entre otros) en 2020 se implementó un plan de bienestar basado en los siguientes ejes:

- Vitalidad.
- Flexibilidad.
- Crecimiento.
- Integración y Familia.
- Responsabilidad Social y Diversidad.
- Reconocimiento.



Estas acciones permitieron una mejora en el clima laboral que se evidencia en los resultados de Great Place to Work del año, que mejoraron y se enuncian más adelante.

- **Talleres Manejo del tiempo:** Se realizaron 4 talleres virtuales de manejo del tiempo, liderados por Alberto Bravo, donde los participantes aprendieron técnicas y herramientas para organizar sus días y su tiempo en casa, manteniendo una efectividad a la hora de trabajar y un balance entre lo laboral y lo personal. Todo el equipo de Bogotá, Oficinas Regionales y Oficinas Comerciales fue invitado a estos espacios.
- **Otros beneficios:**
 - **Trabajo Remoto:** Durante la coyuntura actual, el equipo de ProColombia se encuentra trabajando en esta modalidad con asistencia aleatoria a la oficina de forma alternada, dependiendo de las disposiciones de cada país.
 - **Día de Balance:** Los funcionarios pueden optar por trabajar desde las 7 am hasta las 3 pm, un día a la semana, cada 15 días, siempre y cuando las labores y agenda lo permitan.
 - **Día de Cumpleaños:** Se continuó con la práctica en la cual el colaborador puede disfrutar de un día libre como regalo de cumpleaños.
 - **Descanso de fin de año:** Como beneficio para todo el equipo, ProColombia otorga una semana libre de descanso de fin de año en diciembre. Todo el equipo ProColombia se divide en dos y toma estos días libres por turnos para mantener la continuidad laboral del negocio. El primer turno, los colaboradores descansaron la semana del 24 de diciembre, y el segundo turno, descansaron la semana del 31 de diciembre.
- **Reconocimientos:** El 1 de diciembre del año 2020 se realizó la premiación virtual de los Reconocimientos ProColombia 2020. El evento contó con la participación de todo el equipo ProColombia, ya que estuvieron más de 500 funcionarios conectados en vivo. El programa de reconocimientos consta de premios para miembros del equipo ProColombia, nominados, propuestos y votados por el equipo ProColombia. Toda la Organización tiene la oportunidad de postular a sus candidatos en las diferentes categorías: Foco, Articulación y Trabajo en Equipo, Seguimiento y Resultados, Liderazgo Amable y Efectivo, Comunicaciones, y la nueva categoría que se incluyó para el año 2020: Mejor Equipo. 320 personas fueron postuladas, de las cuales se seleccionaron 51 finalistas por número de votos, y finalmente 15 ganadores, que fueron seleccionados a partir de una votación récord de más de 450 personas

En cada categoría, se tuvo un ganador del equipo de Bogotá, un ganador del equipo de Oficinas Regionales y un ganador del equipo de Oficinas Comerciales. Todos los ganadores recibieron un regalo especial en sus casas para celebrar su reconocimiento, y tuvieron la oportunidad de aparecer en cámara en vivo al momento de recibir su premio y agradecer con unas palabras.



- **Comunicaciones internas:**

- **Estrategia ProColombia:** durante el año 2020 se realizaron 12 sesiones de divulgación donde los diferentes equipos de la organización compartieron su estrategia con el equipo de ProColombia.
- **Comunicados Internos:** Se enviaron más de 500 comunicados con temas de interés para la Organización, enfocados en mantener informado al equipo tanto de temas de negocio, como de bienvenidas y tips de apoyo para el manejo de la nueva situación de vida laboral en cada.
- **ProColombia Weekly:** se creó un nuevo medio de comunicación en video, a través del cual se presenta semanalmente la Estrategia de ProColombia.
- **Creciendo Juntos con el País:** a través de nuestra marca empleadora se logró posicionar acciones de Talento Humano enfocadas en reforzar la variable hospitalidad como mensajes de bienvenida, programa de padrinos Partners ProColombia, entre otros. Adicionalmente la marca empleadora recibió el Premio de Innovación de ProColombia en el 2020.
- **Break- ProColombia:** Este es un espacio creado con el objetivo de entregar argumentos de venta a los funcionarios con charlas sobre diferentes temas, que incluyeron a Flavia Santoro, presidenta de ProColombia, Diego Bassante de Facebook, Martín Ibarra en temas de reactivación económica, break con la diversidad y un panel de representantes de la comunidad LGBT, y un espacio para conocer los resultados de GPTW del 2020.
- **#Gratitud Challenge:** Se realizó un reto para los equipos de ProColombia a través del cual contaban, a través de un video, porqué estaban agradecidos.

- **Vinculación y Crecimiento:** En 2020 se presentaron 97 novedades de personal donde 21 colaboradores de Procolombia fueron promovidos y 9 personas tuvieron movimientos laterales de cargo.
- **Programa de Practicantes:** Se busca formar profesionales comprometidos, innovadores y con habilidades para adaptarse a un mundo laboral en constante transformación. ProColombia cuenta con 17 convenios académicos realizados con universidades que permite la realización de la práctica profesional en la organización por seis meses o un año.

Algunos logros de este programa son:

- Del grupo de practicantes que culminaron en 2019 y primer semestre de 2020, 3 de ellos se vincularon directamente como colaboradores en ProColombia entre los meses de enero y abril de 2020.
 - Durante los dos semestres de 2020, ProColombia recibió más de 500 solicitudes de aplicación para prácticas, donde fueron elegidos a 87 practicantes.
- **Desempeño:** ProColombia cuenta con un programa de ciclo de talento enfocado en potenciar el talento, habilidades y competencias de sus funcionarios con el fin de mejorar los resultados que los diferentes equipos de trabajo puedan obtener, mejorar la satisfacción y motivar el talento de los funcionarios. Así



mismo cuenta con una política de compensación que incluye pago de un componente variable y un bono anual en busca de la excelencia de colaboradores.

El ciclo de talento consta de las siguientes etapas: 1) establecimiento de objetivos anuales, 2) sesiones de feedback formal y 3) sesiones de calibración que permite mapear el talento de la organización mediante una posición en una grilla de 9 casillas (Ninebox) la cual refleja cumplimiento de objetivos y competencias.

Se tienen programados 400 feedback y sesiones de calibración durante el 2021, para cierre del ciclo del 2020.

- **Capacitación:** las capacitaciones anuales tienen como objetivo ampliar los conocimientos, habilidades y aptitudes del equipo, y se definen con base en las encuestas de clima laboral y la información de las sesiones de feedback que acompaña Talento Humano, entre otras.

Actividades realizadas:

- **Universidad corporativa:** En cooperación de las diferentes áreas de la organización, se fortaleció la universidad corporativa de ProColombia, logrando crear más de 6 módulos de capacitación dirigidos a oficinas comerciales, regionales y Bogotá.
- **Programa de Liderazgo:** Para el 2020 se desarrolló un programa de liderazgo dirigido a 80 funcionarios, entre líderes y asesores de Procolombia, de diferentes áreas y oficinas, quienes adquirieron habilidades en términos de confianza y fuerzas potencializadoras para liderar equipos, inteligencia emocional, manejo del conflicto y accountability. El programa tuvo una duración de 18 horas y se desarrolló bajo una metodología 100% virtual. Como resultado final los participantes presentaron cerca de 25 proyectos que contribuirán a la mejora en los procesos de la Organización.
- **Formación virtual:** Para este año se fortaleció la universidad corporativa por medio de módulos de capacitación que impactaron directamente a nuestros equipos de trabajo, estos módulos fueron desarrollados con el apoyo de cada área de negocio. Actualmente se encuentran cargados en la plataforma 9 cursos que impactan a las diferentes áreas y ejes, algunos de ellos son: Starter Park, Escuela VPIIS, Inducción corporativa y Registro CRM-NEO.
- **Auxilios Educativos:** Durante el 2020 se otorgaron 32 auxilios educativos a funcionarios de diferentes áreas de Procolombia para estudios de pregrado, postgrado e idiomas por un valor superior a \$55 millones de pesos.
- **Great Place to Work:** Durante 2020 se desarrollaron alrededor de 19 planes de acción enfocados en fortalecer el ambiente laboral en diferentes áreas y oficinas de ProColombia, con un seguimiento y apoyo constante por parte del equipo de Recursos Humanos y sus Business Partners frente al desarrollo de actividades que potencializaran la interacción, crecimiento y relacionamiento de los equipos. Gracias al trabajo realizado y la comunicación continua con los equipos Procolombia obtuvo un crecimiento en el índice de ambiente laboral para este año, pasando de 89 puntos en 2019 a 91 puntos en 2020. La encuesta contó con una participación del 99.8 % de los colaboradores.



- **Inducción Corporativa:** Durante el 2020 se mantuvo el esquema de la inducción corporativa, el cual está compuesto por tres fases: Inducción virtual, Inducción presencial e Inducción al cargo. Para este año, se robusteció el proceso logrando dar mayor fuerza a la fase de inducción virtual, para la cual se crearon unos módulos en la universidad corporativa de Procolombia. Para el cierre del 2020, se abordaron cerca de 24 inducciones para el equipo de Procolombia.
- **Programas de Capacitación Virtual:** Se realizó el lanzamiento de 6 cursos de formación virtual requeridos por Fiducoldex e implementados por ProColombia con las siguientes temáticas: conceptos básicos de fiducia, pólizas de contratación, prevención de fraude, manejo de datos personales, Saro y Sarlaft y seguridad de la información, con una participación de más del 80% de los colaboradores.

Direccionamiento estratégico

ProColombia se trazó un norte estratégico y un mapa de trabajo incorporando los lineamientos establecidos por el Gobierno Nacional y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Para lograrlo construyó una hoja de ruta partiendo del análisis del entorno nacional e internacional, de la retroalimentación de nuestros stakeholders y de la información histórica

El resultado del ejercicio realizado y aprobado por la Junta fue divulgado y socializado el 6 de febrero de 2020 por la Presidente Flavia Santoro a toda la organización en Colombia y en el exterior.

Como parte de la socialización del plan estratégico, los Vicepresidentes y demás líderes de la organización, profundizaron en sus planes de trabajo a través de espacios mensuales denominados Todos a Bordo, en los que todos los funcionarios pueden hacer preguntas.

ProColombia, tiene una cultura de metas y medición consolidada. Las metas de la organización son asignadas a todos los funcionarios en cascada, de manera que todos apuntan a la consecución y cumplimiento de los objetivos. Se hace seguimiento permanente de los avances trimestrales, y semestralmente, se hace el cálculo del cumplimiento individual de diferentes indicadores ponderados para el pago de la porción salarial variable.

Innovación y gestión del conocimiento

Procolombia con el fin fortalecer el pensamiento innovador, el compromiso y el crecimiento del capital humano en la búsqueda de resultados que aporten a la transformación del país, genera diferentes espacios de innovación para sus colaboradores, dentro de los que se destacan:



- **Modelo de Innovación ProColombia:** En el 2020, se diseñó el modelo de innovación de ProColombia el cual responde a los objetivos estratégicos de la organización definiendo los pilares, la gobernanza, procesos internos, objetivos y la gestión de proyectos que permitan a la entidad innovar de manera sistemática y estratégica. Este proceso se realizó en convenio con Connect Bogotá Región. En el marco de este proceso, se definió lo que es innovación para ProColombia. (...) *Innovación para ProColombia es convertir las oportunidades y necesidades de nuestros clientes y stakeholders en nuevos o mejorados servicios, procesos o productos, de alto impacto, que permitan crear valor y contribuir al desarrollo del país (...).*

Así mismo, en el proceso se surtieron espacios de capacitación donde se generaron capacidades y habilidades a 30 funcionarios de la entidad en temas relacionados con: procesos creativos, diseño, prototipado y estructuración del modelo de negocio.

- **Premio de Innovación:** Con el fin fortalecer el pensamiento innovador, el compromiso y el crecimiento del capital humano en la búsqueda de resultados que aporten a la transformación del país, se generaron varios espacios de innovación para los colaboradores, en el marco del premio de innovación, contando con la participación total de alrededor de 301 personas, discriminadas así:
 - **Convocatoria Premio a la Innovación de ProColombia:** se presentaron 15 proyectos a cargo de 31 personas, de las cuales 22 hacen parte del equipo de Bogotá y 9 de las oficinas comerciales.
 - **Capacitación de finalistas:** se formaron 23 funcionarios en herramientas narrativas para la Innovación, a través del storytelling como preparación de la sustentación ante jurados del Premio de Innovación.
 - **Sustentación de finalistas:** 23 funcionarios participaron en la jornada de sustentación de los proyectos de innovación ante jurados externos expertos en innovación, los cuales dieron retroalimentación a cada equipo y seleccionaron a los ganadores del Premio. A esta jornada estuvieron conectados 124 funcionarios vía streaming.
 - **Charlas con expertos:** En el marco del premio de innovación, se realizó también el ProColombia Innovation week donde se realizaron 4 charlas con expertos en las cuales pudimos conocer sobre tendencias y buenas prácticas de innovación para la reactivación económica, en estos espacios tuvimos 145 personas conectadas a través de streaming.
 - **Premiación:** se llevó a cabo jornada de Premiación a la Innovación ProColombia. Contó con una charla sobre los nuevos modelos de negocio. Al evento se conectaron 242 funcionarios vía streaming tanto de personas en Bogotá como oficinas regionales y comerciales.
 - **Facilitación de talleres:** ProColombia está generando sesiones virtuales de co-creación para la identificación de problemas u oportunidades, tener nuevas perspectivas o solucionar retos no evidentes de la organización, que hoy en día son necesarios para alcanzar más fácilmente las metas trazadas a través de la innovación. Con base en este contexto, durante el 2020 se realizaron 7 talleres de co-creación con áreas internas como la Gerencia de TI, la Dirección de Industrias 4.0 en EE.UU.,

Mercadeo, y con entidades externas como el Viceministerio de Turismo del MinCIT y agencias de promoción de la Alianza del Pacífico.

En cuanto a gestión del conocimiento: ProColombia se encuentra en proceso de construcción de una plataforma Stockplace para unificar, organizar, administrar y salvaguardar la información audiovisual y digital que es memoria institucional de ProColombia, facilitando el acceso y uso tanto a clientes internos como externos para su consulta y reutilización. La herramienta se encuentra en fase de ajustes finales y se espera poder hacer lanzamiento en el primer semestre de 2021.

Retos 2021

Para el 2021, ProColombia continuará contribuyendo a la reactivación de la economía a través de la promoción de Colombia en el exterior y de metas ambiciosas que tengan un impacto positivo en el país.

Se lanzará la narrativa país, se continuará trabajando en la promoción de las exportaciones no minero energéticas, buscando generar un mayor impulso y crecimiento de las estas a través del fortalecimiento del tejido empresarial exportador, del aprovechamiento de acuerdos comerciales, de un posicionamiento de la exportaciones de servicios basados en el conocimiento en los mercados internacionales y la potencialización de los canales clave de comercialización como son el e-commerce y las compras públicas.

En materia de atracción de Inversión Extranjera Directa, se continuará con las estrategias de nearshoring e inversión sostenible y de impacto para posicionar al país como destino de inversión regional y plataforma exportadora.

En exportaciones continuaremos promoviendo el aprovechamiento de acuerdos, las exportaciones de servicios basados en conocimiento, y bienes con oportunidades en los mercados, el uso de los canales de e-commerce y las compras públicas en crecimiento, y fortaleciendo la oferta exportadora por medio de fábricas de internacionalización.

En turismo, se continuará con estrategias de promoción y comunicación que permitan mantener a Colombia como destino de turismo en los mercados internacionales, se trabajará activamente en la reapertura y crecimiento de la conectividad, se fortalecerán las alianzas y se continuará capacitando y adecuando la oferta colombiana a las nuevas tendencias internacionales

Se aprovechará ExpoDubai como un gran plataforma de negocios para posicionar a Colombia.

Nuestros legados

Continuamos construyendo nuestros legados para 2022:

- Lograr con la estrategia de CO-nectados: menos travel warning, más inversión extranjera directa, más diplomacia comercial.
- Que Colombia sea líder en la región de Inversión Extranjera Directa (inversión sostenible, nearshoring de eficiencia e inversión en turismo).
- El comercio electrónico como plataforma exportadora.
- Más productos llegando a los mercados con Fábricas de Internacionalización.
- Colombia más conectada, para acercar al mundo con la oferta turística colombiana.
- Continuar otorgando y posicionando los Premios de Turismo.
- Nuevo manifiesto país y narrativas regionales
- Aprovechar ExpoDubai y otros eventos como plataforma comercial de Colombia
- Continuar fortaleciendo alianzas estratégicas y sinergias con gremios, entidades y organizaciones claves para fortalecer la gestión de nuestra Organización y la consecución de nuestras metas.