

INFORME DE GESTIÓN 2021



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



El futuro
es de todos

Gobierno
de Colombia

CONTENIDO

Introducción	4
Logros 2021	6
Nuestros objetivos.....	11
Misión.....	11
Visión	11
Valores y competencias.....	11
Sistema de Gestión de Calidad	11
Los avances en materia de sostenibilidad durante el 2021 fueron, entre otros, los siguientes:	13
Grupos de interés	14
Contexto de Colombia	17
Plan de Estratégico ProColombia	21
Entorno competitivo	21
Atracción de inversión extranjera directa (IED) no extractiva al país	24
Nuevas Fuentes de Crecimiento- Economía Naranja	37
Nuevas fuentes de crecimiento - Expandir y diversificar la oferta exportadora	40
Nuevas fuentes de crecimiento - Turismo Internacional	58
Marca país	70
Estrategias Transversales de la organización	73
Transformación Digital de punta a punta.....	73
Foco Estratégico en sectores y mercados	76
Procolombia Volcada al exterior y a las regiones - Universo Procolombia	78
Otros temas	79
CO-nectados	79
Comunicaciones	80
Cooperación Internacional y Nacional	81
Alianzas.....	81
Herramientas digitales y páginas especializadas.....	87
Fortalecimiento Institucional	88
Recursos Humanos	88

Direccionamiento estratégico	93
Innovación y gestión del conocimiento	95
Retos 2022	98
Nuestros legados	99

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.

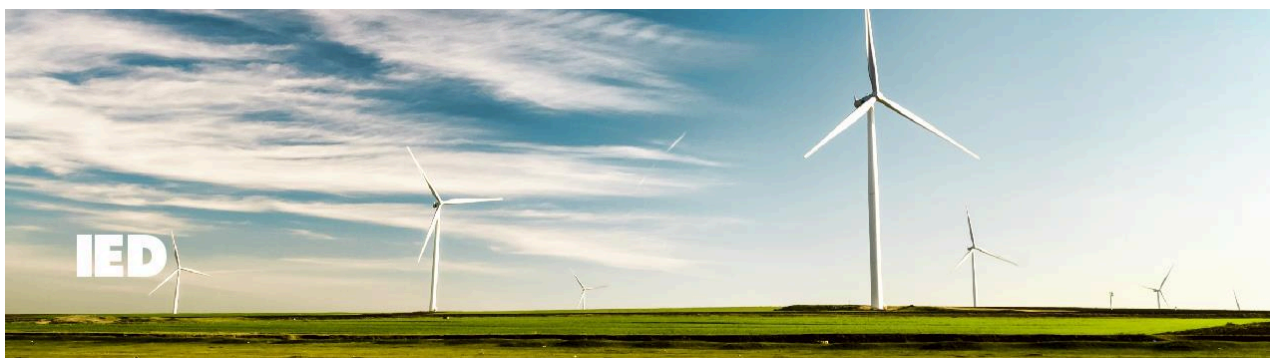
ProColombia participó en la formulación de los tres (3) lineamientos de política que se enmarcan en el Plan Nacional de Desarrollo - PND y se articulan en su Plan Estratégico Sectorial 2019 – 2022: la Política Colombia Exporta, el Plan Sectorial de Turismo y Política Nacional Industrial, y su plan estratégico se ajusta a lo definido en los lineamientos y participa activamente en algunos ejes del 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 y durante el 2021 ProColombia continuó contribuyendo también en el plan de reactivación implementado como consecuencia de la pandemia.



NUESTROS LOGROS

Logros 2021

En 2021, ProColombia continuó con el foco puesto para seguir contribuyendo con su acompañamiento a los empresarios de manera virtual y presencial en Colombia y el exterior, así como su gestión y resultados a la reactivación económica del país, en materia de atracción de inversión extranjera directa, el aumento de las exportaciones no minero energéticas y posicionando cada vez más a Colombia como ese destino ideal en la región para el turismo vacacional y de reuniones. Se destacan los siguientes logros:



En Inversión Extranjera Directa:

- En el 2021, con el acompañamiento de ProColombia se iniciaron 170 proyectos de Inversión Extranjera Directa en 47 municipios de 19 departamentos por un valor estimado en US\$9.363 millones. Los inversionistas esperan generar más de 107.000 empleos.
- En cuanto a los megaproyectos, ProColombia acompañó y facilitó la toma de decisión de la firma estadounidense The AES Corporation, que invertirá más de US\$900 millones en proyectos de energía solar y eólica en La Guajira; así como la de Novators Partners- WOM, de Reino Unido, que se convirtió en el cuarto operador de telefonía móvil en el país con una inversión que estima en US\$1.000 millones.
- Llegaron o reinvirtieron en el país 36 empresas ancla o compañías referentes y reconocidas internacionalmente. Iniciaron 38 proyectos de inversión extranjera directa en el país por valor estimado en US\$5.030 millones en el país.
- Más de 40 proyectos iniciados en 2021 dentro de la estrategia de Friendshoring o relocalización, por un valor estimado de US\$849 millones.

ECONOMÍA NARANJA

En Economía naranja: Los empresarios en Colombia y en el exterior informaron los resultados logrados por el acompañamiento de ProColombia

- A US\$417 millones ascienden los negocios de exportación que fueron realizados por 319 empresarios de actividades de economía naranja de 14 departamentos en 57 países.
- US\$31 millones es el valor estimado de los 12 proyectos de inversión que fueron iniciados en 2021, en actividades de economía naranja.



En exportaciones:

- 2.715 empresas de 24 departamentos informaron haber realizado negocios por un valor de US\$6.370 millones con 8.837 compradores internacionales de bienes y servicios de 149 países.
- US\$1.052 millones en negocios fueron reportados por 405 empresarios de servicios basados en conocimiento.
- Colombia a un clic: desde el inicio de la estrategia, 485 empresas han abierto cuenta en más de 90 marketplaces en el mundo y 210 empresas han realizado ventas por US\$24,4 millones a través de este canal.
- Programa de Fábricas de Internacionalización: 370 empresas de 20 departamentos han recibido al menos un servicio y 113 han informado, en el 2021, haber realizado negocios por de exportaciones por US\$70 millones en 48 mercados .

- Durante 2021, las empresas informaron negocios por US\$197,8 millones en el sector de ingeniería y servicios de construcción y US\$13,8 millones en otros sectores diferentes en el canal de compras públicas (directas e indirectas).
- Se realizó la Macrorrueda 85 de reactivación en abril, con la participación de 506 compradores de 52 países y 1.697 empresas colombianas de 25 departamentos. Por segundo año consecutivo, se hizo de forma virtual y se duplicaron los resultados obtenidos en el 2020. Se generaron ventas inmediatas por US\$9,5 millones, 104% más que en la macrorrueda del 2020 y expectativas de negocio por US\$169 millones. Ecuador, Estados Unidos y Costa Rica fueron los que más compraron.



En Turismo:

- Conectividad aérea: recuperación del 93% de la capacidad semanal en sillas que tenía el país en febrero 2020 antes de la pandemia, en diciembre se contaba con 1.032 frecuencias semanales con una oferta total 177.867 sillas, con 83 rutas directas conectando con 25 países.
- En trabajo conjunto con aeropuertos y destinos, el país logró el anuncio de 35 nuevas rutas internacionales en operación para 2021. Esta es una cifra histórica, que contribuye a la mejora de las condiciones de conectividad aérea en Colombia y permite impulsar la reactivación de la industria.
- 1.701.682 visitantes no residentes llegaron al país de acuerdo con las cifras de Migración Colombia a noviembre, lo que representa un crecimiento del 40% versus el año anterior.
- Reactivación del sector de cruceros tras 17 meses de cierre por pandemia. El 24 de agosto con la llegada a Cartagena del Star Breeze, un crucero pequeño de la línea Windstar Cruises se puso en marcha la temporada 2021-2022.
- Reactivación de la industria de reuniones en el país. Los empresarios informaron haber captado 91 eventos en 18 países en los que se espera la participación de extranjeros, para ser realizados en 10 departamentos de Colombia entre 2021 y 2024.
- Lanzamiento del Programa de Embajadores de la Industria de Reuniones cuyo propósito es continuar promocionando a Colombia como sede de eventos internacionales y aumentar la competitividad del país dentro de la industria. Desde su lanzamiento en el mes de abril al cierre del año se logró la vinculación de 21 embajadores.

- Lanzamiento de la nueva estrategia promocional de la oferta colombiana por medio de seis macrorregiones.
- Nuevas Narrativas Regionales de Turismo por medio de las cuales se redescubre y resignifica la riqueza natural y cultural de las regiones en Colombia y se generan herramientas de promoción para empresarios y entidades regionales.
- Promoción de Colombia a través de la película Encanto, mediante activaciones, en trabajo conjunto con las embajadas y representantes de Disney en Europa, Latinoamérica y Asia.
- Lanzamiento internacional del Manual de Guías de Turismo Naturaleza “CONtemplar, COMprende y CONservar”, el cual presenta de manera didáctica y sencilla la riqueza biológica del país y orienta sobre prácticas responsables y sostenibles que benefician la biodiversidad colombiana.
- Lanzamiento nacional del Manual de Guías de Cultura “COcrear, CONectar, CONservar” en el que se resalta la inmensa riqueza cultural del territorio colombiano.
- Colombia es uno de los primeros países del mundo que se une como miembro de la Coalición para el Futuro del Turismo (The Future of Tourism Coalition), cuyo objetivo es que el turismo postpandemia tenga entre sus prioridades las necesidades de los destinos y las comunidades.
- Más de 16.000 personas de los 32 departamentos participaron en los programas de formación de turismo.

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.



**NUESTRA
RAZON
DE SER**

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 Latinoamérica , 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 octavo año consecutivo.

El sistema cuenta con la aplicación de la metodología de riesgos acorde con la norma ISO 31000 y de acuerdo con el core de negocios, logrando establecer criterios objetivos y permitiendo a la organización establecer riesgos 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.



Los avances en materia de sostenibilidad durante el 2021 fueron, entre otros, los siguientes:

1. Servicios con enfoque sostenible:

En congruencia con las exigencias y necesidades de los mercados internacionales e instituciones globales y nacionales, ProColombia ha incluido líneas de acción con enfoque sostenible como parte de los servicios que ofrece a los empresarios, durante 2021 se llevaron a cabo eventos de formación para empresarios en temas como: Pacto Verde, economía circular, prácticas de sostenibilidad para la industria de la moda, inocuidad alimentaria, certificaciones sostenibles, entre otros. Se realizaron programas de acompañamiento a empresas colombianas para la aplicación de modelos de negocio con propuestas de valor sostenible y actividades de promoción con este mismo enfoque.

2. Estrategia de sostenibilidad para los ejes de negocio:

Durante 2021 se estructuraron las estrategias de sostenibilidad enfocadas al cumplimiento de los objetivos organizacionales, mediante la gestión de promoción de exportaciones no minero-energéticas, la atracción de inversión extranjera directa, el turismo internacional y la marca país.

3. Equidad de género e inclusión social:

A través del proyecto de Cooperación “Women In Trade for Inclusive and Sustainable Growth,” con el cooperante canadiense Trade Facilitation Office TFO, ProColombia ha aportado a la capacitación y entrenamiento de más de 100 empresas colombianas interesadas en llevar sus procesos de internacionalización en el mercado canadiense; por lo menos el 90% de estas empresas son lideradas y/o

dirigidas por mujeres. Así mismo, en el marco de este programa, se estará apoyando la participación de 10 empresas del sector de alimentos procesados en la feria SIAL 2022 que tendrá su próxima edición en la ciudad de Montreal durante el mes de abril, de estas 10 empresas, 9 son lideradas o dirigidas por mujeres.

Por otro lado, ProColombia llevó a cabo una encuesta con el apoyo de TFO por medio de la cual se hizo una caracterización de las empresas que recibieron servicios, en temas de género e inclusión enfocado en mujeres y jóvenes, con los siguientes objetivos:

- Identificar las empresas que cuentan con el 50% o más de empleados, % de capital social y directivos mujeres y jóvenes, lo cual permitió construir una definición clara para ProColombia.
- Conocer el nivel de incorporación de sellos, certificaciones y productos con enfoque de género e inclusión social con los que cuentan las empresas.
- Definir una hoja de ruta para la implementación de acciones en materia de equidad género e inclusión social como parte del trabajo misional de ProColombia

4. Programas internos:

A continuación, presentamos las acciones y resultados más destacados en 2021:

- **VIVERDE:** Programa para fomentar hábitos para el cuidado del medio ambiente al interior de la organización, mediante el cual se logró:
La realización de 7 talleres virtuales con temáticas ambientales y cerca de 100 participantes.
- **Voluntariado Corporativo: ProActivos:** Es una estrategia interna para generar impacto positivo a la sociedad. Durante 2021 se contó con la participación de 171 voluntarios, 3.078 horas donadas y 353 beneficiados.
- **Semana de la sostenibilidad:** La cual estuvo enfocada en resaltar los avances y compromisos de ProColombia frente a la sostenibilidad y fomentar este tipo de prácticas a empresarios colombianos, para aprovechar oportunidades de exportaciones, inversión extranjera directa y la promoción de Colombia como destino de turismo sostenible. En 2021 se realizaron 11 actividades dirigidas a colaboradores y empresarios: 2 conversatorios y 3 foros para empresarios en temas de Inversión Extranjera, oportunidades para PYMES, exigencias en mercados internacionales, Turismo Sostenible y Sociedades BIC, 1 conferencia, 3 talleres, 1 espacio de reconocimiento y 1 jornada de voluntariado para colaboradores. Contó con la participación de 18 conferencistas y más de 200 asistentes.

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

Grupo de Interés	Descripción	Subgrupo 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 • Marinas • Mayoristas de turismo • Distribuidores de turismo no tradicionales • Asociaciones • Clubes • 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
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"> • Ministerio de Comercio, Industria y Turismo • Fiducoldex • Entidades adscritas al MinCIT • Alcaldías • Gobernaciones • Cancillerías y embajadas 	<ul style="list-style-type: none"> • Rendición de cuentas • Relacionamento permanente • Reuniones y eventos • Programas conjuntos • Centros Integrados de Servicios (MiCITios) • Portales web • Relacionamento permanente • Reuniones periódicas • Comités y reuniones • Eventos • Relacionamento permanente • Convenios y alianzas • Relacionamento permanente • Reuniones • Relacionamento permanente • Plan de trabajo • Reuniones • Eventos • Portal web
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 (TPO, IPA) • Agencias de promoción de inversión regional (APRIS) • Organizaciones Internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> • Relacionamento 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"> • Relacionamento 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"> • Relacionamento permanente • Visitas y reuniones • Ruedas de prensa • Contenidos y publicaciones

ESTRATÉGICOS Y APOYO

Grupo de Interés	Descripción	Subgrupo de Interés	Mecanismos de diálogo
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.	<ul style="list-style-type: none"> • Junta Asesora 	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones mensuales de junta
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	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"> • Relacionamento permanente • Informes de supervisión • Evaluaciones • Relacionamento permanente
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



CONTEXTO MACRO ECONÓMICO

Contexto de Colombia

En 2020, la economía colombiana decreció 6,8%, en un contexto donde el mundo atravesó 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. Sin embargo, el Indicador de Seguimiento a la Economía muestra cómo, desde mayo de 2020, la economía colombiana ha sido resiliente y se ha venido recuperando mes a mes, retornando a crecimientos positivos desde marzo de 2021.

Es así como, en los primeros 9 meses de 2021, la economía colombiana acumuló un crecimiento de 10,3% en comparación a igual periodo de 2020, beneficiada por la recuperación de la demanda interna y externa, los altos precios de algunos bienes básicos que exporta el país, el dinamismo de las remesas de los trabajadores, la amplia liquidez internacional, los avances en el proceso de vacunación y las bajas tasas de interés. Se destaca además que, en esos primeros 9 meses, la producción nacional superó en 1,5% los niveles de 2019 (previos a la pandemia), evidenciando el buen ritmo de la recuperación económica del país.

Por el lado del gasto, en los primeros 9 meses de 2021 se observó un crecimiento de la demanda interna, con la inversión y el consumo expandiéndose 10,3% y 14,3% anual, respectivamente. Por sectores, 11 de las 12 actividades económicas se expandieron, sobresaliendo: Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios (34,6%), Comercio, transporte, alojamiento y servicios de comida (21,8%) e Industrias manufactureras (18,4%). Explotación de minas y canteras fue la única actividad que se contrajo (-2,2%).

Gracias a que los diferentes indicadores de actividad económica del país han mostrado un crecimiento mayor a lo esperado, las perspectivas de crecimiento económico de Colombia para 2021 han sido revisadas al alza por diferentes entidades y analistas. Algunos ejemplos:

- El Banco de la República, en su informe de Política Monetaria de octubre, pronosticó que el crecimiento en 2021 será de 9,8%, superando el pronóstico hecho en julio de 7,5%.
- Según la Encuesta de Opinión Financiera de Fedesarrollo de diciembre 2021, los analistas privados esperan un crecimiento en 2021 dentro del rango de 9,4% y 10,0%, subiendo su expectativa de crecimiento por octavo mes consecutivo.
- En diciembre, el Ministerio de Hacienda señaló que el crecimiento del PIB para el 2021 podría ser de 9,7%, cuando meses atrás había estimado una expansión de 6,0%.
- En su publicación de diciembre, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) mejoró a 9,5% su proyección de crecimiento del PIB de Colombia en 2021, en comparación con un 7,6% pronosticado en mayo.

Adicionalmente, de acuerdo con los pronósticos de organismos internacionales como el FMI y el Banco Mundial, Colombia crecerá por encima del promedio de América Latina. Según el reporte de octubre del FMI, Colombia crecerá en 2021 un 7,6%, por encima de lo proyectado para la región (6,3%). En el caso del Banco Mundial, su reporte de octubre anticipa que Colombia se expandirá 7,7% en 2021, también por encima del promedio de la región (6,3%).

Con respecto a la inversión, el flujo de inversión extranjera directa (IED) hacia Colombia, durante 2020, alcanzó US\$7.459 millones, una disminución de 46,6%, respecto al año anterior (US\$13.989 millones) debido a los efectos de la pandemia de COVID-19 y los confinamientos a nivel mundial que retrasaron los proyectos de inversión y redujeron el colchón de utilidades para reinvertir. Durante 2020, el 87,9% de la IED en Colombia estuvo destinada a sectores diferentes a petróleo y minería. Los sectores con mayor participación sobre el total de IED no minero energética fueron: servicios financieros y empresariales (29,3%), servicios comunales (15,2%), manufacturas (13,6%) y comercio al por mayor y al por menor, restaurantes y hoteles (12,9%). El flujo de IED en sectores diferentes a petróleo y minas se redujo 33,5% en comparación con el año 2019.

De enero a septiembre de 2021, el flujo de IED hacia Colombia alcanzó los US\$7.160 millones, lo que significó un aumento de 32,8% respecto al mismo periodo del año anterior. En los primeros 9 meses de 2021, el 88,1% de la IED que llegó al país se dirigió a actividades no extractivas diferentes a petróleo y minas. Los sectores con mayor participación sobre el total de IED no minero energética fueron: servicios financieros y empresariales (28,6%), transportes, almacenamiento y comunicaciones (22,7%) y manufacturas (17,8%). La IED en sectores distintos a petróleo y minería aumentó 32,6% en el periodo enero – septiembre 2021 con respecto al mismo periodo del 2020. Se resalta el aumento en los sectores de transportes, almacenamiento y comunicaciones (7.360%), industrias manufactureras (43,7%), servicios financieros y empresariales (41,1%) y agricultura, caza, silvicultura y pesca (39,1%).

En cuanto a las exportaciones no minero-energéticas (bienes más servicios), en 2020, llegaron a ubicarse en US\$20.447 millones, lo que implicó un decrecimiento de 21,3% en comparación a 2019 (US\$25.978 millones). Esto como consecuencia de las restricciones internacionales de movilidad, trabajo y comercio que se presentaron a raíz de la llegada del virus COVID-19. En 2021, según las estimaciones de ProColombia, las exportaciones no minero-energéticas (bienes más servicios) se ubicarían en US\$24.774 millones, lo que significaría un aumento de 21,2% en comparación a 2020.

Es de resaltar que, en 2021, las exportaciones de bienes no minero-energéticos han tenido un desempeño sobresaliente, registrando máximos históricos. En el acumulado enero-noviembre 2021, sumaron US\$16.416 millones, creciendo 25,7% respecto a igual periodo de 2020 y 16,7% respecto a 2019 (nivel prepandemia), superando incluso lo observado en 2008, 13 años atrás, cuando ascendieron a US\$16.268 millones. Café verde, plástico en formas primarias, flores frescas, chatarra, confecciones y carne bovina son los productos con un mayor incremento en sus ventas externas en lo corrido de 2021. Los mercados de mayor crecimiento han sido Estados Unidos, Ecuador, Brasil y Chile. Se espera que en 2021 las exportaciones de bienes no minero-energéticos cierren en torno a US\$18.000 millones.

Respecto al turismo, de acuerdo con cifras del Banco de la República, éste se situó como el segundo generador de divisas no minero-energéticas para 2020 (US\$2.435,7 millones), después del café. A tercer trimestre de 2021, las divisas generadas por turismo totalizaron US\$1.916,5 millones, incrementando 17,8% respecto al mismo periodo de 2020 (US\$1.626,4 millones), situándose después del café y estando por encima de las flores y el banano.

De enero a noviembre de 2021, el número de visitantes no residentes que llegó a Colombia fue de 1.701.682, con un incremento de 40% respecto al mismo periodo de 2020 (1.217.542). Se observa un incremento en el número de visitantes hacia el país independientemente de las nuevas cepas asociadas al COVID-19.

En los 11 meses de 2021, la llegada de colombianos residentes en el exterior totalizó 506.003, registrando un crecimiento de 87% con relación al mismo periodo de 2020 (271.210); mientras el número de cruceristas sumó 9.054, con un descenso de 93% en comparación al mismo periodo de 2020 (134.357). En cuanto a los extranjeros no residentes, llegaron al país 1.186.625, lo cual significó un incremento de 46% con respecto al mismo periodo de 2020 (811.975).

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 y analistas a proyectar a Colombia como uno de los líderes de la recuperación económica en la región en 2021. Adicionalmente, según el FMI, en el mediano plazo (2022-2026), 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 la relocalización de empresas, ratifican al país como un aliado estratégico para los empresarios nacionales e internacionales.



**NUESTRAS
CIFRAS
2021**
POR PILARES ESTRATÉGICOS

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 (MINCIT) con el sector, entre otros.

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 2021, ProColombia participó y contribuyó con las siguientes acciones que permiten identificar posibles medidas de facilitación de comercio:

- **Revisión de condiciones del puerto de Miami para el mejoramiento de las exportaciones marítimas de flores a los Estados Unidos:** en noviembre se aprovechó la visita de Eric Olafson y Andi Hecker funcionarios de alto nivel del puerto de Miami a Cartagena, para contarles sobre la importancia del sector floricultor en Colombia, su volumen de exportaciones hacia EE.UU, empleo que genera, etc. y cómo nos podían apoyar desde el puerto para facilitar la entrada de esos productos tan delicados al mercado norteamericano. La reunión fue coordinada por el equipo de ProColombia y se invitó al presidente de Asocolflores Augusto Solano, quien les presentó, las estadísticas, contexto e información del sector floricultor, así como les solicitó estudiar la posibilidad de aumentar el número de funcionarios de las diferentes entidades regulatorias en Miami, para permitir una revisión más rápida y práctica de las cargas de flor que llegan especialmente en las temporadas importantes de consumo como Christmas y San Valentín, entre otros. Como resultado, los funcionarios del puerto quedaron en revisar unas nuevas instalaciones donde se puedan realizar las inspecciones de flores más rápidamente, así como coordinar más funcionarios de las entidades regulatorias para facilitar la entrada de flor en aduana.
- **Apoyo a la embajada de Colombia en China y a las autoridades sanitarias en Colombia para el cumplimiento de la nueva normatividad China para la exportación de alimentos en especial el café:** Apoyo a la Embajada y al INVIMA para lograr el registro de las empresas exportadoras de alimentos, especialmente de café ante la Aduana de la República Popular China con el fin de cumplir con el registro de las plantas de producción de las empresas exportadoras ante esta entidad y de esta forma continuar las operaciones en este importante mercado.
- **Participación en la mesa de trabajo sectorial para la defensa del comercio de Palma colombiana en Europa:** En 2021 en conjunto con Fedepalma se realizó un press release en medios especializados en Europa y Estados Unidos, sobre el Aceite de Palma Sostenible de Colombia. Igualmente, se desarrolló una estrategia de comunicación, alineados con el concepto de promoción del gremio sobre el aceite de palma colombiano:



“hace la diferencia”, para promocionarlo como producto de exportación en mercados internacionales, bajo nuestra campaña “de origen colombiano”, el contenido salió al aire a finales de octubre. El gremio participó en ANUGA 2021. Para el año 2022 se tiene planeado un press trip con periodistas de Europa (Italia, España, Bélgica y Francia) quienes visitarán plantaciones en el sur de Bolívar y Santander, esto con el objetivo de fortalecer el posicionamiento de la agroindustria de la palma de aceite en un grupo de interés, como son los formadores de opinión, que tendrán la oportunidad de conocer de primera mano esta realidad y visibilizar los avances en términos de sostenibilidad que tiene la palmiticultura colombiana.

- **Reapertura del mercado de lácteos En México:** desde ProColombia se sostuvieron varias reuniones de seguimiento con Senasica (Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad) de México. Asimismo, se realizó acompañamiento de parte de la Embajada de Colombia en México en reunión con Comisionado de Senasica y trabajo en conjunto de seguimiento con Invima e ICA.
- **Apoyo para la recuperación del estatus sanitario del banano y los camarones en Corea:** En un trabajo articulado del Ministerio de Agricultura, la embajada de Colombia en Seul y ProColombia, se realizó un acompañamiento al proceso de aprobación de la aplicación de la molécula de piriproxifeno en bananos colombianos importados por Corea del Sur. El gobierno coreano ya aprobó el uso de la molécula, lo que es una buena noticia para los exportadores.
- **Segunda Mesa de Trabajo para la Exportación de Servicios de Salud,** en coordinación con la Dirección de Inversión Extranjera y Servicios del MinCIT, con el fin de promover el diálogo abierto entre las Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud - IPS que ofrecen servicios de salud a pacientes internacionales, con entidades involucradas en el desarrollo y promoción de estos servicios con el ánimo de incentivar un espacio que permita construir condiciones estructurales y de coyuntura para la competitividad del sector y la llegada de más pacientes internacionales al país para el desarrollo de procedimiento de alta, mediana y baja complejidad.
- **Gestión Paro Nacional:** Durante el paro nacional, entre abril y junio de 2021, ProColombia apoyó a 181 compañías nacionales e inversionistas instalados, gracias a la coordinación y articulación interinstitucional, en la facilitación a las exportaciones por más de USD\$ 2.6 millones, movilización de 4.350 toneladas de producto y 377 contenedores de carga marítima, estabilizando cerca de 2.600 empleos.
- **Cannabis:** Realización de la primera rueda de negocios en la que participaron 68 exportadores y 35 compradores internacionales, con ventas inmediatas por USD\$1.2 millones y expectativas de negocios por USD\$ 6.5 millones.
- **Internacionalización de Vivienda:** en alianza con Camacol y un grupo representativo de empresarios constructores se diseñó la estrategia para promover la venta de vivienda a colombianos no residentes y extranjeros. Se realizó el lanzamiento de la campaña “Tu casa en Colombia, tú mejor destino”, la guía legal en donde se explica el paso a paso para comprar vivienda en Colombia y la divulgación en los cinco mercados priorizados.



**ATRACCIÓN
DE INVERSIÓN
EXTRANJERA
DIRECTA (IED)**

Atracción de inversión extranjera directa (IED) no extractiva al país

Durante el 2021 ProColombia continuó promoviendo a Colombia como destino de inversión, para la llegada de inversión extranjera directa a las diferentes regiones del país, la generación de nuevos empleos, el impulso a las exportaciones colombianas, la mejora de la competitividad y el aumento de la infraestructura turística. La inversión extranjera es un determinante para la reactivación económica y desde la entidad se generaron diversas estrategias para aprovechar la reconfiguración comercial que se está dando mundialmente destacando las ventajas que tiene Colombia frente a los otros países de la región, entre otras, como se menciona más adelante.

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.

Principales actividades de promoción de inversión

Algunas de las actividades realizadas durante el 2021 fueron:

- **Colombia Investment Summit 2021:** del 20 al 26 de octubre, de manera presencial y virtual, se llevó a cabo la séptima versión del evento más importante en Colombia en materia de atracción de inversión extranjera directa al país. La jornada inaugural fue encabezada por el Presidente de la República, Iván Duque, con la participación de la Ministra de Comercio, Industria y Turismo, María Ximena Lombana, el Ministro de Hacienda, José Manuel Restrepo, el presidente del Banco de Desarrollo de América Latina – CAF, Sergio Díaz-Granados y Mauricio Claver-Carone, Presidente del BID. Durante los días 21 y 22 de octubre, se realizó la agenda académica sectorial que contó con la participación de importantes miembros del Gobierno, personalidades internacionales y altos ejecutivos de empresas nacionales y extranjeras, logrando más de 1.000 conexiones en estos encuentros sectoriales. Así mismo, más de 300 empresas extranjeras se reunieron con 187 empresas nacionales para conocer sus proyectos.



Adicionalmente, durante la cumbre se llevaron a cabo tres encuentros con inversionistas con el fin de reafirmarles que en el territorio colombiano tienen un socio estratégico para establecer y expandir sus operaciones en la región. El primero de ellos, liderado por el Presidente Iván Duque, contó con la

participación de 15 inversionistas de alto nivel, CEO's, Presidentes y Vicepresidentes Ejecutivos, allí se confirmó el interés que mantienen en el país, con participación de inversionistas de diferentes regiones del mundo: Norteamérica (33%), Europa (27%), Latinoamérica (27%) y Asia (13%), destacando los atributos que ofrece Colombia en sectores como: Agroindustrial, Energía, Tecnología, entre otros.

En el almuerzo con el Viceministro Cárdenas, se contó con la participación de 11 inversionistas infraestructura, fondos de capital privado, agroalimentos, entre otros. Fue un espacio de acercamiento con inversionistas claves ya instaladas así como inversionistas que están explorando al país para identificar nuevos procesos de inversión.

Por último, las reuniones de alto nivel con la Ministra Lombana fueron espacios para resaltar y generar un plan de trabajo conjunto sobre la articulación con entidades del Gobierno, así como un impulso importante de confianza al inversionista. Esta articulación contribuirá a que Colombia se convierta en un destino clave para posicionar la estrategia de Importación de Exportadoras.

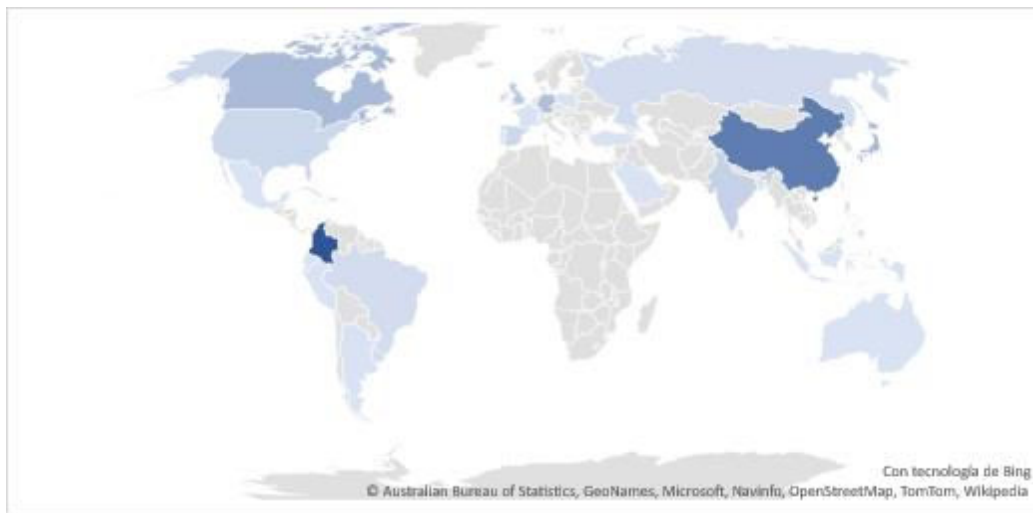
Finalmente, por segunda vez se generó el Booklet CIS con el fin de tener un documento para mostrar a los inversionistas extranjeros los proyectos de inversión de una forma fácil y breve. Esta versión tiene información de 152 proyectos estimados en un valor superior a los US\$8.000 millones, y al igual que el año anterior fue una herramienta que dinamizó el agendamiento de las citas.

- **Colombia Inside Out 2021:** Más de 400 asistentes. Durante 3 días (del 22 al 24 de junio) se ofrecieron paneles con la participación de ponentes de primer nivel como el Presidente de la República de Colombia, el Viceministro de Ambiente y el entonces Ministro de Comercio, Industria y Turismo José Manuel Restrepo. En esta ocasión, se contó con un portafolio de 82 proyectos (un 14% más que el año anterior) de 12 regiones del país, principalmente de sectores de infraestructura, agroindustria, software y servicios TI, entre otros.

Se realizaron más de 70 citas para dar a conocer el portafolio de proyectos a 30 inversionistas, de 9 mercados europeos principalmente, de las cuales se esperan conocer en el corto y mediano plazo anuncios de inversión. Adicionalmente de lograron 445.000 euros en free press y 170 notas publicadas en 4 idiomas a nivel internacional.

- **ProColombia Pitch Sessions:** Por medio de cuatro encuentros, ProColombia acompañó en 2021 a los emprendedores del país en la búsqueda de financiación de sus proyectos para su internacionalización. Estos se suman a los ocho realizados en 2018, 2019 y 2020. Mediante esta modalidad de encuentro, tipo “shark tank”, se invitaron a los empresarios colombianos que tuvieran proyectos “ready to sell” a realizar sus pitch frente a Fondos de Capital Privado, Venture Capital y Venture Capital Corporativos, entre otros. En total se presentaron más de 30 proyectos ante por lo menos 160 fondos internacionales de 23 países, de los cuales 94 fueron fondos de capital que estaban buscando proyectos con cierto nivel de madurez para invertir.
- **Actividades para promover a Colombia como destino de inversión extranjera:** Con el fin de dar a conocer las diferentes oportunidades que ofrece Colombia para la inversión extranjera directa, se realizaron 138 actividades: seminarios, conferencias, desayunos en el exterior, giras en el exterior, entre otros, en 28 países y Colombia.

Gráfica 1. Eventos realizados por países



Fuente: CRM- ProColombia

Plan de reactivación

De la mano de la estrategia de reactivación económica del Gobierno Nacional para retomar la senda de crecimiento previa a la pandemia, se ha venido trabajando en la atracción de empresas internacionales ubicadas en otras geografías, que puedan estar interesadas en revisar expansiones de sus cadenas regionales, tomando a Colombia como plataforma de producción y hub de distribución logística para las Américas.

Debido a la pandemia, las cadenas de valor globales se están acortando, lo que significa que las grandes multinacionales están buscando proveedores más cercanos a sus consumidores.

Con el fin de aprovechar esta tendencia, ProColombia continuó con la estrategia de relocalización o friendshoring. Entre el 2020 y 2021 se han segmentado 1.102 empresas, se ha tenido contacto con 900, algunas de las cuales han manifestado interés en Colombia identificando 160 oportunidades. A de diciembre, como resultado de esta estrategia inversionistas han informado el inicio de 60 proyectos de inversión en el país por un valor estimado de US\$1.072 millones, 43 de los cuales iniciaron en 2021 por un monto estimado de US\$849 millones. La localización geográfica de los inversionistas es la siguiente:

Estrategia Friendshoring:

Indicadores	Asia	Europa	Latinoamérica	Norteamérica	Total
Empresas contactadas	272	132	166	330	900
Oportunidades vigentes	31	42	37	50	160
Proyectos IED Iniciados	7	20	14	19	60

Fuente: CRM- ProColombia

Herramientas para atracción y facilitación de Inversión Extranjera Directa



El MinCIT suscribió con el BID en el mes de marzo de 2020 el contrato de préstamo “Programa de Apoyo a la Diversificación e Internacionalización de la Economía Colombiana”. ProColombia hace parte del equipo ejecutor del préstamo en el componente de “Atracción y Facilitación de la Inversión Extranjera Directa” y a través de la implementación y uso de nuevas herramientas para la agilización de trámites y la promoción y atracción de inversiones se busca incrementar los flujos de IED de eficiencia al país.

En 2021, del trabajo conjunto entre el MinCIT, la Unidad Coordinadora del Programa (UCP) y ProColombia, se lograron los siguientes avances:

- **Ventanilla Única de Inversiones (VUI):** herramienta que permite establecer un punto de contacto institucional para el inversionista, que centraliza la relación con las distintas entidades de Gobierno durante todo el proceso de inversión. Durante 2021, de acuerdo con el Decreto 1644 de 2021 se regula la creación de la VUI y se dictan disposiciones en cuanto al objetivo, su administración y operación y gobernanza.
- **Ombudsperson de Inversión:** En diciembre de 2020 se realizó la contratación de técnicos y consultores senior para el diagnóstico, la identificación de mejores prácticas internacionales y la propuesta del diseño del modelo de la figura del Ombudsperson (defensor del inversionista), que hicieron parte del programa hasta abril y mayo de 2021 respectivamente. Las definiciones de estas consultorías fueron claves para la delimitación del servicio de defensoría del inversionista, su operación y funcionamiento. Este nuevo mecanismo fue regulado por el Decreto 1644 de 2021 - Servicio de facilitación a la inversión extranjera directa (SIED). En cuanto a la operación y funcionamiento de esta herramienta, se sigue tramitando aquellos temas pendientes de regulación por parte del MinCIT o del Departamento Nacional de Planeación (DNP).
- **Toolkit a la medida de inversión:** Se contrataron 4 expertos sectoriales (agroindustria, servicios, químicos y ciencias de la vida y manufacturas) y un asesor de inteligencia de mercado, con el fin de prestar apoyo técnico a la producción de documentos e información que se les entrega a los inversionistas y quienes al final de su contrato dejarán productos específicos, escalables y con metodologías aplicables a los diferentes sectores.

- **Inversión sostenible y bioeconomía:** Se continua la gestión para la contratación a principios de 2022 de una firma consultora que realizará un diagnóstico y análisis que le permitirá al MinCIT y ProColombia direccionar acciones estratégicas y focalizadas, tanto en materia de política pública, como en la generación de propuestas de valor y de leads de inversión para atraer inversión sostenible y de impacto así como el aprovechamiento de sectores con gran potencial para Colombia que hacen parte de la bioeconomía. Alineándose así, con los objetivos de atracción de IED de eficiencia que forman parte integral de la estrategia adoptada en la política de atracción de IED.
- **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 a) desarrollo de software, b) farmacéutico y c) alimentos y bebidas. Esta consultoría permitió:
 - a. Obtener información actualizada y comparativa de 12 ciudades, 3 en Colombia y 9 en países considerados como competencia.
 - b. Estructurar parte del toolkit de inversión.
 - c. Fortalecer documentos como los 5 reasons why, los determinantes de inversión y las propuestas de valor.
 - d. Identificar segmentos y trabajo focalizado para el programa de go-to-market y lead generation.
- **Plan de medios internacional:** Se contrató una 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 focalizada con el fin de aumentar la cobertura de medios y transmitir la información necesaria para posicionar a Colombia como destino atractivo para IED. Entre la audiencia que se alcanzó con esta estrategia están: medios de comunicación, líderes de opinión, público en general, entes reguladores y entidades de gobierno, agencias de inversión, empresas extranjeras, gremios y asociaciones de los sectores prioritarios.
- **Leads de inversión:** Se contrató una firma consultora para profundizar en la estrategia que ya viene realizando ProColombia en *go to market* y *friendshoring*, en los que se esperan recibir productos que permitan obtener mayor alcance y resultados: Una matriz de ventajas de Colombia como destino de inversión, una propuesta metodológica de construcción de propuestas de valor, una matriz de al menos 750 empresas segmentadas, 200 leads de inversión, 40 propuestas de valor para 40 empresas priorizadas. El acompañamiento para el acercamiento con inversionistas, identificando proyectos estructurados en busca de inversión en sectores como: agroindustria, economía naranja y TI, metalmecánica, químicos y ciencias de la vida, sistema moda, así como un plan de entrenamiento para la construcción de propuestas de valor.

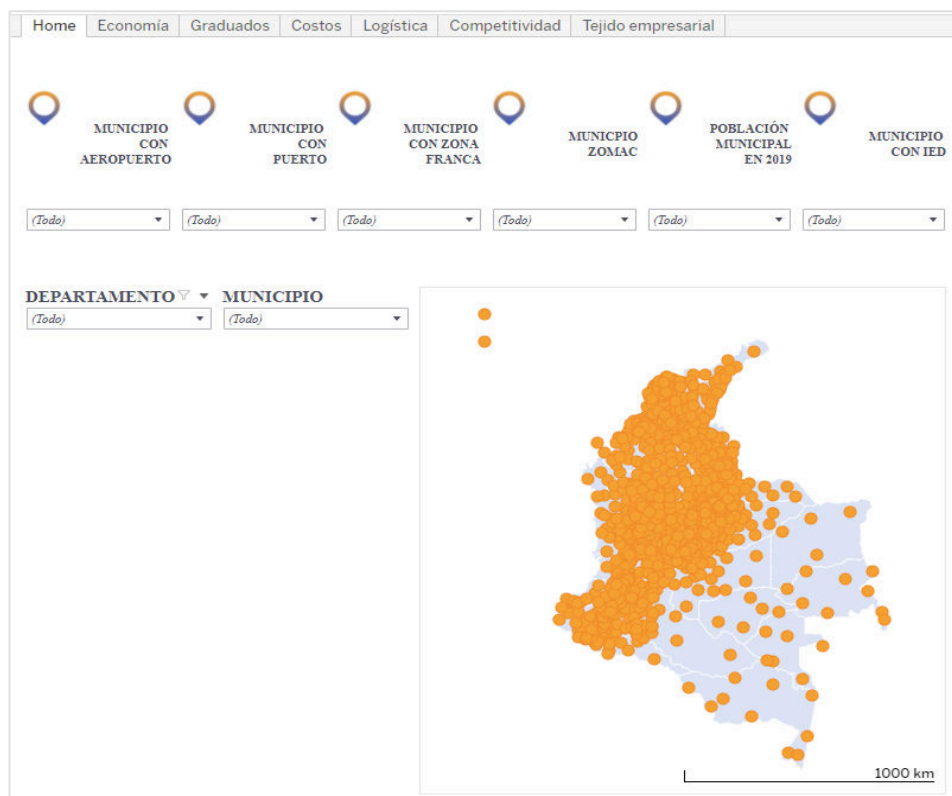
Trabajo articulado con las regiones

Durante 2021 se resalta la gestión articulada y enfocada con las regiones a través de las siguientes acciones:

- **Herramientas creadas o en desarrollo en favor de las regiones:**

Colombia Site Selection: Bajo el liderazgo de ProColombia, se creó una plataforma digital que permite presentar y resaltar ante inversionistas internacionales la oferta, las oportunidades y el potencial de cada una de las regiones de Colombia. Esta plataforma incluye información de la región como población y PIB, así como información relacionada con conectividad, disponibilidad de zonas francas, puertos, aeropuertos, logística y las oportunidades más relevantes para invertir en cada departamento. De esta manera, permitirá a inversionistas extranjeros, empresas multinacionales y compañías de todos los mercados, acercarse a las regiones para encontrar el lugar correcto y con las condiciones adecuadas para el desarrollo de sus proyectos de inversión.

La fase 1 de la herramienta fue lanzada en el marco del Colombia Investment Summit 2020. Durante el 2021, se trabajó en el desarrollo de la fase 2, la cual consistió en mejorar la experiencia de usuario del site selection, así como complementar con información relacionada de los sectores de oportunidad en cada región. Se espera consolidar en su totalidad esta fase durante 2022.



Fuente: Visualización de la plataforma.

Programa de entrenamiento y construcción de valor para regiones: Con el apoyo del BID, bajo cooperación técnica, la consultora internacional Wavteq en junio de 2021 dictó un taller con una intensidad de 9 horas durante 3 días. Este taller se enfocó en las regiones que ya cuentan con agencia regional de promoción de inversiones, con entrenamientos en temas de inteligencia de mercados y construcción de propuestas de valor para la atracción de empresas multinacionales, entre otros temas. Para las regiones que no cuentan aún con agencia

regional de promoción de inversiones, el programa se concentró en asistencia técnica sobre clima de negocios, en donde se prevé una fase de levantamiento de necesidades para ejecutar este proyecto.

Apoyo con herramientas de ventas e inteligencia: ProColombia fortaleció la capacidad de las agencias regionales de promoción de inversiones en materia de inteligencia, mapeo y contacto de nuevos inversionistas. Este fortalecimiento se hizo a través del financiamiento de herramientas de ventas e inteligencia como Orbis crossboarder por tres meses (enero 18 al 18 de abril de 2021) y sales navigator de LinkedIn a partir de julio de 2021 por un año, con el fin de potenciar las capacidades de atracción de inversiones hacia las regiones. Estas herramientas se financian con sus respectivas capacitaciones y entrenamientos para su uso y aprovechamiento y se lograron gracias a cooperación internacional gestionada por ProColombia para las regiones.

Programa de autosostenibilidad financiera para las Agencias de Promoción Regional de Inversiones - APRIs:

ProColombia realizó el levantamiento de necesidades y estado de las APRIs en el marco de la pandemia como diagnóstico y con el fin de establecer las posibles acciones de apoyo para 2021. Este levantamiento sirvió de base para adelantar, bajo el marco del préstamo del BID, una consultoría especializada en alternativas y asesoría para la sostenibilidad financiera de las APRIs que inició en agosto de 2021. La firma consultora contratada apoyó y prestó acompañamiento a las APRIs en la construcción de una guía de due dilligence que les permita construir un plan de sostenibilidad financiera que contemple mecanismos de financiamiento innovadores, adaptados a las necesidades particulares de cada una y que aseguren la prestación de servicios de estas a futuro. Las principales actividades y productos que entregó esta consultoría a 19 APRIs beneficiadas fueron: una guía para autodiagnóstico de sostenibilidad financiera, dos talleres virtuales y el acompañamiento con recomendaciones personalizadas a cada agencia para la formulación de un plan de sostenibilidad financiera en el corto, mediano y largo plazo.

Articulación Estratégica con las APRIs ya establecidas:

ProColombia continúa con el trabajo coordinado y en sinergia con las APRIs. Durante el 2020 y principios de 2021, se generaron actividades de promoción, reuniones de alineación y espacios para compartir buenas prácticas con 19 APRIs 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 realizó entre otros, una jornada de articulación presencial en el mes de enero de 2021 con las APRIs, en la que se alinearon estrategias, se presentaron objetivos y metas de ProColombia para el año, se realizó la planeación conjunta de actividades de promoción y se presentaron nuevas herramientas y buenas prácticas.

Comité de APRIs:

ProColombia realizó tres sesiones de capacitación y trabajo conjunto con las agencias en 2021, en estos comités se presentaron temas de interés como: Estrategia Red Carpet, Estrategias de reactivación económica en Corea, buenas prácticas regionales en bilingüismo, presentación de incentivos tributarios, perspectivas económicas 2021, entre otros.

Biblioteca Digital: Se elaboró la Biblioteca Digital con presentaciones e información general de sectores y estrategia de promoción de inversión de fácil acceso para las agencias.

Apoyo a la estrategia Regiones Estratégicas de Internacionalización Prioritaria (REIP): En julio y agosto de 2021 se llevó a cabo un entrenamiento intensivo y especializado no sólo para las agencias sino para empresarios en las REIP sobre estructuración de proyectos para conseguir inversión extranjera que sirva como capital inteligente para el crecimiento o expansión de la empresa colombiana. Estos talleres tuvieron una intensidad de 15 horas, fueron desarrollados con el CESA y se logró la participación de cerca de 200 empresarios de las regiones REIP además de las APRIs y otros aliados.

- **Eventos y Agendas con participación de las Regiones**

Colombia Investment Summit 2021: En esta versión del Summit participaron las agencias de inversión de diferentes regiones y se destaca la realización del panel “Regiones de Colombia: Plataforma para Inversiones Exportadoras” que se llevó a cabo el 20 de octubre, en el cual participaron: los Gobernadores del Valle del Cauca, Atlántico, la Alta consejera para las Regiones Ana Palau como moderadora y como casos de éxito los representantes de las empresas extranjeras Sanofi, Yara y Oben Holfing Group.

El Colombia Inside Out 2021 que se llevó en junio, contó con la participación de 82 empresas con proyectos colombianos de los cuales 50 eran pertenecientes a diversas regiones del país de 14 departamentos.

Agendas de Inversión. Durante 2021, ProColombia contó con la participación de las diferentes APRIS constituidas en 70 agendas de inversión virtuales y presenciales con inversionistas extranjeros que visitaron Colombia, principalmente de inversionistas de países como Estados Unidos, México, China, Chile, Argentina, Canadá, España, entre otros. Algunas de estas fueron:

- **Agenda Invest In Bogotá y Alcaldía de Bogotá:** El 30 de septiembre ProColombia lideró para Invest in Bogotá y la Alcaldía de Bogotá un seminario con Americas Society/Council of the Americas, AS/COA, donde la alcaldesa de Bogotá, Claudia López, junto con Monica Sanchez, Gerente Promoción de Inversión de Invest In Bogotá presentaron las oportunidades de inversión que la capital y Cundinamarca tienen en materia de inversión a diferentes fondos y empresas de ASCOA. Esta actividad se realizó en el marco de una invitación realizada por la fundación Bloomberg a 39 alcaldes de varias ciudades del mundo.
- **Agendas virtuales de Manufacturas:** En los meses de junio y julio se llevó a cabo la agenda virtual de manufacturas entre ProColombia e Invest in Bogotá en los mercados de China y Estados Unidos, con el objetivo de conocer los planes de inversión de empresas de China y Estados Unidos en Colombia.

Eventos realizados en 2021 con Invest Pacific: Se desarrollaron 6 eventos: La misiones Manufacturas en Europa (marzo), Industrias 4.0 Argentina Uruguay (mayo), Inversión Nariño Ecuador (agosto), Buenaventura el momento es ahora (septiembre), Valle del Cauca en Brasil (agosto - septiembre) y el Webinar Valle del Cauca en Japón (septiembre).

Webinar sector audiovisual enfocado en Canadá. El pasado 16 de Noviembre se realizó el webinar "Opportunities in Colombia's Creative industries for Canadian Companies" en el cual se compartió con inversionistas canadienses sobre el sistema CINA y las oportunidades del sector audiovisual en Colombia, este webinar contó con la apertura de la Vicepresidenta de Inversión, Paola García con la moderación de nuestro Director de la Oficina comercial de Canadá, Álvaro Concha, y con la participación especial de la Ministra de Cultura, Angelica Mayolo, el Embajador Jorge Londoño de la Cuesta en Canadá, la directora ejecutiva de Proimágenes, Claudia Triana y las Agencias de Promoción de Inversión de Bogotá, Medellín, Barranquilla y Cali.

Clima de Inversión – Participación en el Taller Fondos de Inversión. El director de Invest in Tolima, Oscar Díaz, invitó a ProColombia a participar el 14 de diciembre en un taller con empresarios de los sectores TIC y Agroindustria sobre las oportunidades de búsqueda de capital a través de fondos de inversión, este taller busca que los empresarios conozcan el modelo de inversión de los fondos y cómo estructurar y presentar proyectos.

Estrategia de atracción de Inversión Sostenible:



Potenciar la llegada de inversión sostenible al país es un objetivo que se trabaja activamente desde la entidad. A continuación, se destacan los principales resultados de la estrategia de inversión sostenible durante 2021:

- **Módulo de capacitación sobre inversión sostenible y de impacto:** El Colombia Inside Out realizado en junio del 2021 fue el primer evento de promoción de inversión extranjera directa que contó con un día entero de agenda académica dedicado a inversión sostenible y de impacto. Adicionalmente, fue la primera rueda que contó con un seguimiento específico enfocado a proyectos con dicho enfoque.
- **Sesión de Inversión Sostenible y de Impacto: Biodiversidad y bioeconomía en Colombia.** En la agenda académica en el Colombia Investment Summit, Wade Davis, Explorer-in-Residence de National Geographic, abrió la sesión con una intervención sobre la biodiversidad de Colombia y su importancia. El Viceministro de Conocimiento, Innovación y Productividad, Sergio Cristancho, realizó una presentación sobre la Misión de bioeconomía y las oportunidades de negocio que se desprenden de esta. Por último, se presentaron tres casos de éxito de empresas con enfoque sostenible y que están en búsqueda de inversión: Gaia Vitare - aprovechamiento de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, DreemBio - producción farmacéutica y cosmética a partir de biodiversidad, Nanofreeze - alternativa de refrigeración sostenible desarrollado a partir

de proteínas. En la rueda de inversión del Colombia Investment Summit 2021 participaron 56 proyectos con enfoque en sostenibilidad.

También se dio una participación importante durante la COP26 con las siguientes acciones por resaltar:

- Vinculación de Colombia en la estrategia Climate Finance Leadership Initiative (CFLI) del Gobierno Británico, una coalición de financiadores que buscan movilizar recursos para finanzas del clima a través de la preparación de oferta de inversión y trabajo entre sector público-privado, para mejorar las condiciones de inversión del país donde hacen sus pilotos. El objetivo final es que las condiciones, clima de inversión y proyectos en el país objetivo, estén cada vez más alineados con el nivel de preparación y estructuración que necesitan los privados para entrar a financiarlos.
- Vinculación de Colombia en la iniciativa de inversiones energéticas de Rockefeller Foundation, IKEA Foundation y BezosEarthFund.
- Realización de 32 reuniones con empresas y aliados, cinco eventos de alto nivel, dos visitas guiadas, 10 acuerdos de trabajo conjunto posterior a COP y una reunión con Gobierno Escocés.

Adicionalmente, en el marco de la semana de la sostenibilidad de ProColombia, se llevó a cabo un conversatorio sobre la Transversalidad de la Inversión Sostenible, que contó con la participación de las empresas AES Colombia, UPL Colombia, Cruz Verde y Smurfit Kappa. Se adelantó el relacionamiento con más de ocho mecanismos de integración o aliados: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), Principios para la Inversión Responsable (PRI), Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Prosperity Fund, Ministerio Relaciones Exteriores, Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, DNP, Alianza 2030, y otros.

Así mismo, se inició con el proceso de contratación de una consultoría de la mano del MinCIT y el BID para fortalecer la estrategia. Se avanzó en trabajo conjunto con Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para complementar la estrategia con política pública. Se elaboró el documento “Colombia For Build Back Better World - B3W”, una lista de proyectos en búsqueda de inversión dirigidos al desarrollo de infraestructura, adaptación al cambio climático, e impacto social en Colombia. B3W es una iniciativa del Gobierno de Estados Unidos, el G7, con participación de Canadá.

Resultados Inversión Extranjera Directa

ProColombia como resultado del trabajo articulado con el Gobierno Nacional y el sector empresarial, así como la implementación de las estrategias y actividades descritas anteriormente, logra sobrepasar varias de las metas propuestas para el 2021, mostrando así su compromiso con la reactivación económica.

- **2 megaproyectos:** Como resultado del trabajo conjunto entre el MINCIT y ProColombia se cumple en un 100% la meta propuesta. Por un lado, la firma estadounidense The AES Corporation invertirá más de US\$900 millones para proyectos de energía solar y eólica en La Guajira; por otro lado, la inversión de Novators Partners- WOM, de Reino Unido, hace que se convierta en el cuarto operador de telefonía móvil en el país con una inversión valorada en US\$1.000 millones.

- 36 empresas ancla¹ (empresas referentes):** Se sobrecumple la meta de 20 empresas acordada en el plan de reactivación. Gracias a la estrategia implementada, 36 empresas ancla (31 invierten por primera vez y 5 hacen reinversiones en el país) van a desarrollar 38 proyectos de inversión en 21 municipios de 11 departamentos colombianos. La inversión llegará de 15 países: Austria, Brasil, Canadá, China, Costa Rica, Emiratos Árabes Unidos, Estados Unidos, Francia, Guatemala, México, Países Bajos, Perú, Reino Unido, Suiza, y Trinidad y Tobago.

Empresas ancla 2021

País de origen inversionista ancla	Número de inversionistas ancla	Número de proyectos
Austria	1	1
Brasil	1	1
Canadá	4	4
China	2	2
Costa Rica	1	1
Emiratos Árabes Unidos	1	1
Estados Unidos	12	13
Francia	3	4
Guatemala	1	1
México	2	2
Países Bajos	2	2
Perú	1	1
Reino Unido	2	2
Suiza	2	2
Trinidad y Tobago	1	1
Total	36	38

Fuente: Información reportada por los inversionistas a ProColombia.

- Montos de Inversión Extranjera Directa:** Se cumple en un 117% la meta propuesta (US\$8.000 millones). Inversionistas de 35 países informaron a ProColombia el inicio de 170 proyectos por un valor estimado en US\$9.363 millones en los que esperan generar 107.235 empleos en 47 municipios de 19 departamentos.

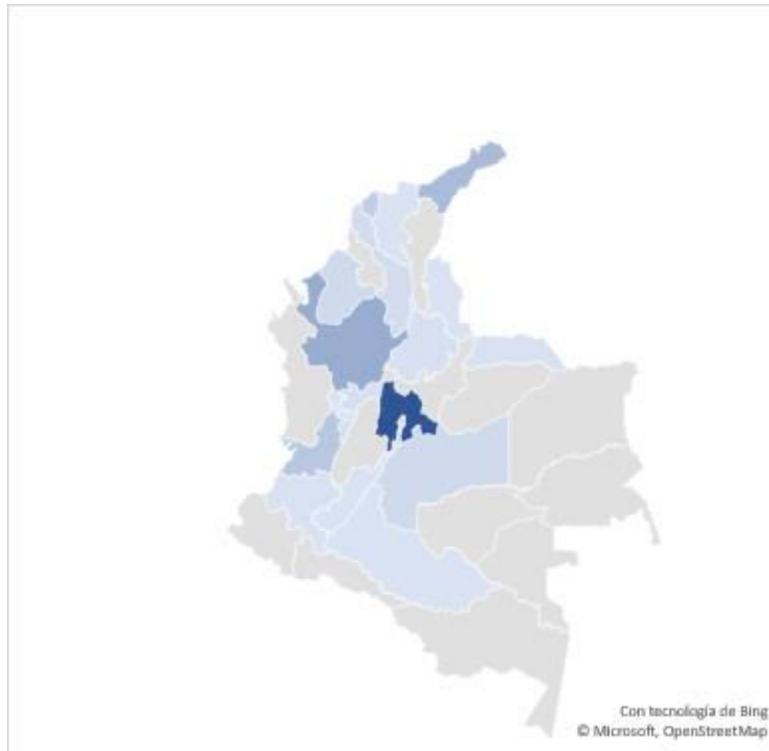
Estos resultados que incluyen los enunciados de la estrategia de *friendshoring* son:

- **Infraestructura turística:** US\$38,8 millones en 5 proyectos de 4 países.
- **Fondos de capital:** US\$2.869,4 millones en 36 proyectos de 13 países.
- **Economía Naranja:** US\$31 millones en 12 proyectos de 10 países.

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.

- **Otros sectores:** como energías renovables, infraestructura, inmobiliario, materiales de construcción, software y servicios TI, agroindustrial, energía eléctrica y servicios, vehículos y otros medios de transporte, US\$6.423,8 millones 117 proyectos de 32 países.

Gráfica 2. Departamentos con inicio de proyectos de inversión



Fuente: Información reportada por los empresarios a ProColombia

Para lograr estos resultados, durante 2021 se prestaron más de 3.200 servicios a inversionistas de 63 países, lo que permitió continuar con la generación de confianza, relacionamiento y acompañamiento a las diferentes compañías de diferentes sectores económicos.

A man wearing a VR headset and a leather jacket, looking upwards. The scene is lit with blue and red light, creating a futuristic atmosphere. The man's hands are visible, holding the VR headset in place. The text is overlaid on the lower left portion of the image.

**NUEVAS
FUENTES DE
CRECIMIENTO
ECONOMIA
NARANJA**

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.

- Durante el 2021, con el fin de ampliar el conocimiento de esta industria, tener herramientas de promoción y generar estrategias, ProColombia continuó desarrollando y actualizando presentaciones sectoriales que muestran las características propias del sector y las oportunidades comerciales que ofrecen los mercados internacionales. Se actualizaron las presentaciones de Software y TI y Audiovisual.
- ProColombia ofrece por primera vez dos programas de formación exportadora para música y el otro para artes escénicas, lo cual es un hito para el sector. Como complemento a estos dos programas, también se grabaron capsulas que permiten consultar el contenido en todo momento a través de la página web de ProColombia.
- Se llevó a cabo el proyecto Locations Colombia junto con Proimágenes, para promocionar y mostrar al país como un buen destino de locaciones para grabar proyectos audiovisuales.

En la labor de promoción de exportaciones se realizaron diferentes acciones:

Participación en 20 ferias internacionales presenciales y virtuales en 9 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 2021, 200 empresarios de 15 departamentos participaron en Feria Virtual Devcom en Alemania; Feria Internacional Collision 2021, Feria internacional Hot Docs 2021, Feria Internacional External Development Summit XDS 2021 y Feria internacional Mega Migs 2021 en Canadá; DICM en Emiratos Árabes; Mobile World Congress 2021 y Feria BIME 2021 en España; Feria internacional NATPE 2021, Feria Internacional Kidscreen 2021, Feria internacional Game Developers Conference 2021 y Feria Internacional NexGen Xchange 2021 en Estados Unidos; Festival Internacional de Cine de Animación de Anney – MIFA, Feria internacional Festival de Cannes y Feria Internacional MIPCOM 2021 en Francia; Feria internacional Anime Fair 2021 y Feria Internacional Tokio Game Show en Japón; Feria internacional Womex 2021 en Portugal y Feria internacional Mip Cancún 2021 en México.

Se organizaron 5 ruedas de negocios en Colombia: Rueda de Negocios SOFTIC, Rueda de Negocios + CTG, Rueda de negocios IX FORO LAB4+ 2021, Rueda de negocios en el marco del Festival Iberoamericano de teatro de Bogotá FITB 2021 y Rueda de Negocios BOMM 2021, en las que participaron más de 130 empresarios nacionales de 9 departamentos y más de 50 compradores de 14 países.

Se realizaron dos misiones comerciales, una de exportadores a México; como parte de las acciones presentadas por la Oficina de México en el marco del proyecto BID, se desarrolló la misión de vendedores de software y servicios TI a Guadalajara siendo esta la sede tecnológica por excelencia de México. Así mismo se realizó la misión de compradores en el marco de Circulart Medellín 2021

Asimismo, cerca de 260 empresas nacionales de estos sectores participaron en las macrorruedas multisectoriales: Macrorrueda 85 y Macrorrueda Internacional en EXPODUBAI.

Como resultado del contacto, acompañamiento y seguimiento a las empresas en Colombia y en el exterior y de su participación en las actividades enunciadas, 319 empresas de Animación, Artes escénicas, Música, Producción audiovisual, Publicidad y mercadeo digital, Software y Servicios TI y Videojuegos de 14 departamentos de Colombia informaron a ProColombia haber realizado negocios por US\$417 millones con compradores de 57 países.

Por otra parte, en la labor de promover a Colombia como destino de inversión extranjera directa en economía naranja, se segmentaron, contactaron y acompañaron potenciales inversionistas en los mercados priorizados y se dieron a conocer las oportunidades en los diferentes eventos y actividades descritos en el apartado de inversión extranjera. Como resultado se iniciaron 12 proyectos por inversionistas de 10 países: Brasil, Canadá, Corea del Sur, Costa Rica, Estados Unidos, Irlanda, Noruega, Perú, Reino Unido y Suiza. Los proyectos de sectores de software, servicios TI y audiovisuales contenidos digitales, tienen un valor estimado en US\$31 millones.



NUEVAS FUENTES DE CRECIMIENTO

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

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 entrega información sobre tendencias y dinámicas de consumo de productos en los mercados internacionales, y conocimiento a través de capacitación, asesoría y acompañamiento 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 en Colombia y en el exterior, 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 los que ProColombia reporta como negocios facilitados, monitoreando y haciendo seguimiento al comportamiento de las exportaciones realizadas por las empresas de acuerdo con el DANE.

Según las estimaciones de ProColombia, en el periodo enero-noviembre de 2021, las exportaciones no minero-energéticas del país (bienes más servicios) ascendieron a US\$22.626 millones, registrando un crecimiento de 22,9%, en relación con el mismo periodo de 2020 (US\$18.410 millones)^{2/}. Para todo 2021, se estima que las exportaciones no minero-energéticas lleguen a ubicarse alrededor de US\$24.774 millones, lo que implicaría un aumento de 21,2% en comparación a 2020.

Exportaciones no minero-energéticas, año corrido y proyección 2021 (Millones de US\$)

	Ene-nov 2020 (Millones US\$)	Ene-nov 2021 (Millones US\$)	Variación Enero- Noviembre 2021/2020 (%)	2020	Proyección 2021	Proyección variación 2021/2020 (%)
Bienes no minero-energéticos (Dane)	13.062	16.416	25,7%	14.610	18.000	23,2%
Servicios ¹ (Banrep, estimaciones Procolombia)	5.349	6.210	16,1%	5.837	6.774	16,0%
Total exportaciones no minero- energéticas	18.410	22.626	22,9%	20.447	24.774	21,2%

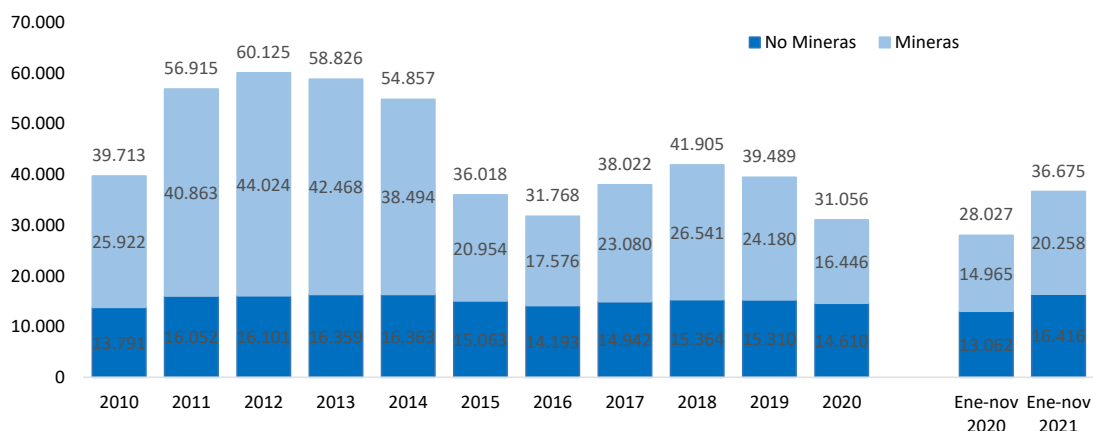
1 Corresponde al total de exportaciones de servicios registradas en la Balanza de Pagos del Banco de la República. Serie histórica hasta septiembre de 2021. Cálculos y pronósticos octubre-noviembre 2021, ProColombia.

^{2/} En el caso de las exportaciones de bienes, corresponde al dato observado. En el caso de las exportaciones de servicios, la cifra disponible está a septiembre. Cálculos o pronósticos para octubre y noviembre de 2021 de ProColombia.

Según las cifras DANE, de enero a noviembre de 2021, las exportaciones colombianas de bienes no minero-energéticos sumaron US\$16.416 millones, presentando un aumento de 25,7% respecto a igual periodo de 2020 (US\$13.062 millones)^{3/}. La proyección para el año completo es que las exportaciones de bienes no minero-energéticos se ubiquen alrededor de US\$18.000 millones, un valor 23,2% superior al registrado en 2020.

Luego de la contracción que sufrió el comercio internacional en 2020 a causa de la pandemia y el confinamiento, 2021 ha sido un año de reactivación del comercio externo, gracias tanto a una mayor demanda como a unos mejores precios internacionales de algunos productos como café y plásticos en formas primarias, entre otros. Esto permitió que las exportaciones colombianas de bienes no minero-energéticos registraran máximos históricos, llegando, e incluso superando, los niveles vistos en 2008, 13 años atrás.

Exportaciones de bienes por tipo, 2014 – noviembre 2021 (Millones de US\$)



Fuente: DANE, cálculos ProColombia.

Por subsectores, Café verde fue el que presentó el mayor incremento de exportaciones, al registrar un aumento de US\$589,4 millones en enero-noviembre de 2021, debido al aumento del precio internacional del café colombiano y a una mayor demanda de Estados Unidos, Canadá, Europa y Asia. El segundo subsector con mayor crecimiento fue el de plásticos en formas primarias, con un aumento de US\$499,9 millones, gracias al aumento de sus precios por desabastecimiento y al aumento de la demanda desde Brasil. Le siguió Flores frescas (+ US\$253,6 millones), por el incremento de la demanda desde Estados Unidos; Desperdicios y desechos de minerales metálico^{4/} (+ US\$161,1 millones), por la recuperación de la actividad económica en China; Confecciones (+ US\$159,4 millones), por una recuperación de la demanda desde Estados Unidos, Ecuador, Perú

^{3/} En este mismo periodo, las exportaciones de bienes minero-energéticos sumaron US\$20.258 millones, un aumento de 35,4%, respecto a enero-noviembre de 2020. En consecuencia, el total exportado de bienes ascendió a US\$36.675 millones, con un crecimiento del 30,9% respecto a igual periodo de 2020 (US\$28.027 millones).

^{4/} Este subsector no se promueve desde ProColombia.

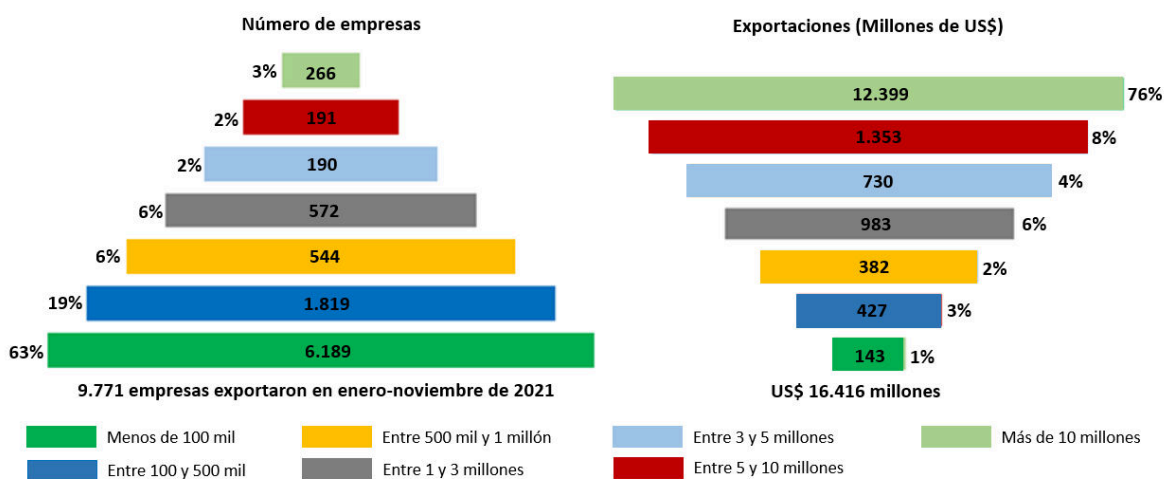
y México; y Carne bovina (+ US\$127,0 millones), como resultado de la reapertura sanitaria de Chile y mayores ventas a Rusia y Egipto.

Por país destino, Estados Unidos siguió siendo el principal mercado de las exportaciones no minero-energéticas, con una participación de 28,6% en el periodo enero-noviembre de 2021. Le siguieron países de la región latinoamericana como Ecuador (8,8%), Brasil (6,0%), Perú (5,4%), México (5,0%) y Chile (3,4%).

El destino donde más aumentaron las exportaciones no minero-energéticas, en enero-noviembre de 2021, fue Estados Unidos (+ US\$928,1 millones), gracias a las mayores ventas de Café verde (+ US\$261,7 millones), Flores frescas (+ US\$167,2 millones) y Confecciones (+ US\$73,1 millones). El segundo país que más creció en compras de productos colombianos fue Ecuador (+ US\$325,3 millones). Esto se explicó primordialmente por el incremento de las exportaciones de Transporte de mercancías (+ US\$37 millones), de Plástico en formas primarias (+ US\$32,1 millones) y de Automóviles de turismo y uso familiar (+ US\$25,5 millones). Le siguió Brasil (+ US\$273,3 millones), gracias a las mayores exportaciones de Plástico en formas primarias (+ US\$167,5 millones), Aceite de palma (+ US\$40,9 millones) y Fungicidas (+ US\$22,8 millones); y Chile (+ US\$150,2 millones), por el incremento en las ventas de Carne bovina (+ US\$47,2 millones) y Plástico en formas primarias (+ US\$29,8 millones).

En cuanto al número de empresas que exportaron bienes no minero-energéticos, de acuerdo con la información del DANE, se observa que hubo un aumento de 780 empresas (8,7%), pasando de 8.991 en el período enero-noviembre de 2020 a 9.771 en igual período de 2021.

Distribución de las exportaciones de bienes no minero-energéticos por rangos de valor enero – noviembre 2021



Fuente: DANE, cálculos ProColombia

Analizando por rangos de valor exportado, en el periodo enero-noviembre de 2021 se observó un incremento en el número de empresas en todos los rangos comparado con igual periodo de 2020. Hay que resaltar que donde se dio el mayor aumento de empresas fue en el rango más bajo (“Menos de US\$100 mil”), con 459 empresas adicionales, seguido del rango “Entre US\$100 mil y US\$500 mil” con un aumento de 116 empresas y del rango “Entre US\$1 y US\$3 millones” con 93 empresas más. El valor exportado también incrementó en todos los rangos en los primeros 11 meses de 2021. El mayor aumento se registró en el rango más alto “Más de US\$10 millones”

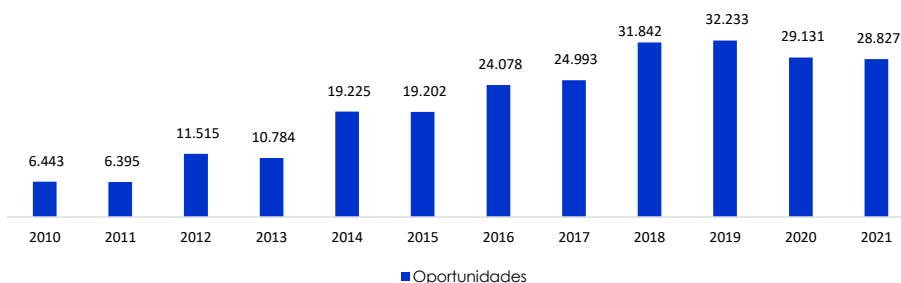
(+ US\$2.783 millones, 28,9%), seguido del rango “Entre US\$5 millones y US\$10 millones” (+ US\$315 millones, 30,3%) y del rango “Entre US\$1 y US\$3 millones” (+ US\$153 millones, 18,4%).

En cuanto a servicios, las cifras del Banco de la República revelan que las exportaciones de enero a septiembre de 2021 sumaron US\$5.081 millones, con un crecimiento de 16,2%, respecto a igual periodo de 2020 (US\$4.372 millones). Los servicios relativos a la cadena de Industrias 4.0⁵, crecieron a una tasa de 21,2% anual en este periodo, alcanzando una cifra de US\$2.152 millones, mientras los servicios relativos a turismo tuvieron un crecimiento de 17,8% anual, llegando a US\$1.917 millones. Para el año completo, se estima que las exportaciones totales de servicios asciendan a alrededor de US\$6.774 millones, con un aumento de 16% en comparación a 2020.

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 28.827 nuevas posibilidades de negocio de empresas colombianas con 10.732 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 11% frente al año 2019 (antes de pandemia), 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 2010-2021



Fuente: Empresarios - ProColombia.

⁵ Servicios de informática e información, Otros servicios empresariales, Servicios personales, culturales y recreativos y Cargos por el uso de la propiedad intelectual.

Número de empresas con oportunidades por año 2010-2021



Fuente: Empresarios - ProColombia.

Durante el 2021, 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 de acuerdo con 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 más empresarios a exportar y brindarles información sobre las oportunidades comerciales que ofrecen los mercados internacionales, se realizaron:

- **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 2021 se ofrecieron 55 seminarios en los cuales participaron aproximadamente 4.800 personas. Algunos de los temas abordados fueron: Impacto del COVID-19 en los diferentes sectores, capacitación de herramientas de facilitación de exportaciones, inversión o turismo, sostenibilidad ambiental en los diferentes mercados y sectores, preparación para ferias como Expo Dubai y misiones entre otros. Las memorias de los seminarios se encuentran disponibles en <http://www.ProColombia.co/memorias>.
- **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. Así mismo se realiza una rueda de asesoría y orientación para los empresarios interesados en cada uno de los servicios de ProColombia.

En 2021, se realizaron 36 Futurexpo en los 32 departamentos, para un cumplimiento del 103% de la meta. Se contó con la participación de 4.334 personas, de las cuales 120 pertenecen a poblaciones vulnerables y 167 a población afrocolombiana, palenquero y/o raizal.

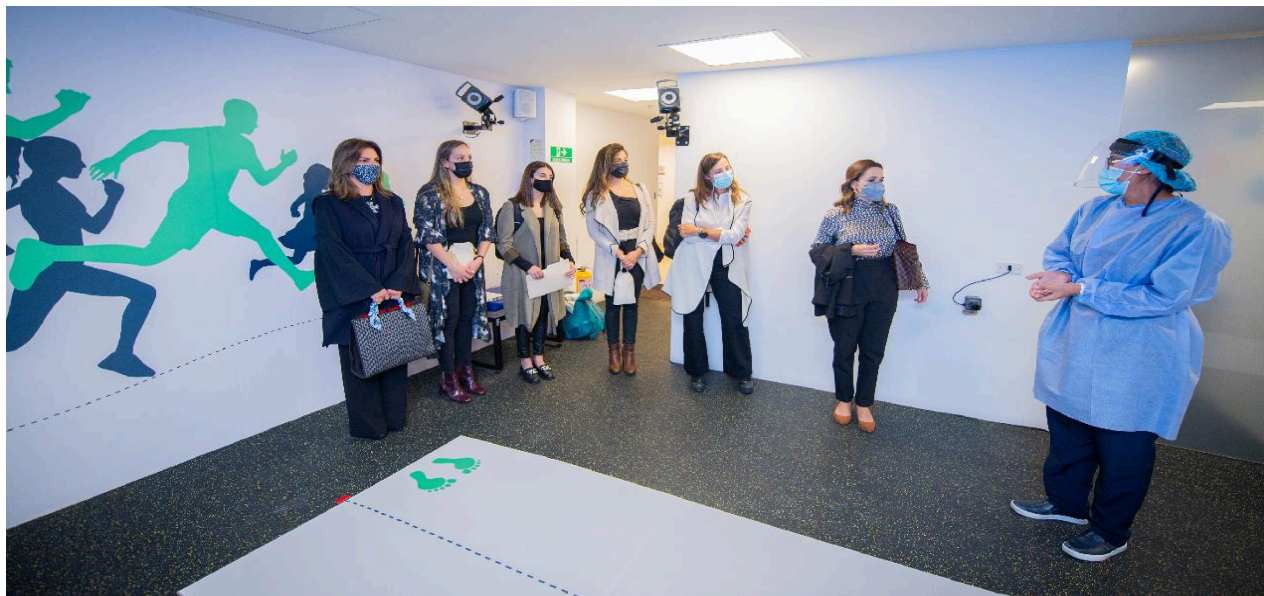
Capacitación

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 el 2021 con el objetivo de que los interesados puedan acceder a la información de manera permanente, se lanzó el Portal de Formación Exportadora, en el que se accede a Cápsulas (videos pregrabados) con información de comercio exterior para que pueda capacitarse de manera autodidacta. Así mismo se dictaron seminarios del programa de formación exportadora. En total participaron 43.397 personas de 32 departamentos discriminados así:
29.147 personas de 32 departamentos lo hicieron por medio de 338 seminarios dictados de manera presencial o virtual y 14.250 personas de 30 departamentos participaron en 79 cursos de comercio exterior a través del Portal de Formación Exportadora.

Adecuación de oferta exportable

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 requisitos o requerimientos de los mercados o compradores internacionales.



En 2021, participaron 215 empresas de 15 departamentos (Antioquia, Atlántico, Bolívar, Boyacá, Caldas, Cauca, Cesar, Cundinamarca, Nariño, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander, Tolima y Valle del Cauca) iniciaron por primera vez un programa de adecuación.

Fábricas de internacionalización

Iniciativa del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y ProColombia que busca 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).

Desde el inicio del programa hasta diciembre del 2021 ProColombia le ha prestado servicios a 370 empresas de 20 departamentos.



Durante el 2021 se lanzaron dos convocatorias adicionales a la del 2020; la primera destinada a empresas de Servicios Basados en Conocimiento (SBC) con recursos del préstamo del BID y a segunda en conjunto con MinCit e INNPulsa, destinada para empresas de bienes de diferentes cadenas productivas.

A continuación, el detalle por convocatoria:

- Convocatoria 2020: Se inscribieron 904 empresas, de las cuales 519 fueron aceptadas y se han prestado servicios a 355 empresas de Agroalimentos, metalmecánica, químicos y ciencias de la vida, sistema moda e industrias 4.0 ubicadas en 20 departamentos.

- Convocatoria BID 2021 Servicios Basados en Conocimiento (SBC): Se inscribieron 315 empresas, de las cuales 167 fueron aceptadas y se han prestado servicios a 15 empresas ubicadas en 3 departamentos
- Convocatoria Bienes 2021: Se inscribieron 697 empresas, de las cuales 363 han sido aceptadas. A la fecha no se han iniciado planes de trabajo con las empresas

A continuación, se describen las líneas de servicio que se ofrecen a las empresas y la participación de estas (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. 232 empresas de 19 departamentos han participado.
- **Empresas de Excelencia Exportadora 3E:** se 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. Se ha iniciado plan de trabajo con 76 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 disminución del riesgo, aumento de rentabilidad, ventajas de eficiencia y/o acumulación de conocimientos. Han participado 109 empresas de 16 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. 112 empresas de 14 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. Se apoyaron 5 nuevos proyectos en los departamentos de Cauca, Cundinamarca, Putumayo y Quindío.
- **Expansión Internacional:** ProColombia acompaña a empresarios a expandir su negocio en el exterior. Se prestaron servicios a 65 empresas de 12 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 156 empresas adicionales a las enunciadas anteriormente.

Actividades Comerciales y de Promoción

Con el fin de generar espacios 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 85 de la reactivación del 12 de abril 2021 - 23 de abril 2021. Por segundo año consecutivo, apoyados en la tecnología se realizó virtualmente 85 denominada de la reactivación, en la que participaron 922 compradores de 62 países y 1.950 empresas colombianas de 25 departamentos. Se duplicaron los resultados obtenidos en la macrorrueda 80 realizada en el 2020. De acuerdo con la información entregada por los compradores internacionales se realizaron compras inmediatas por US\$9,5 millones, 104% más que en la Macrorrueda del 2020, y oportunidades de negocio por US\$178 millones. Ecuador, Estados Unidos y Costa Rica fueron los países que más compraron.



- **Macrorrueda Internacional DUBAI:** En el marco de ExpoDubai 2020, se llevó a cabo la Macrorrueda presencial en Dubai, con la participación de de 130 empresarios colombianos y cerca de 100 compradores internacionales de 23 países. Como resultado de las citas de negocio realizadas los compradores informaron haber realizado compras inmediatas por US\$4 millones y expectativas de negocio a un año por US\$64 millones.



- **Encuentro Empresarial Andino:** realizado de manera virtual, contó con la participación de 23 empresarios de 3 departamentos colombianos que tuvieron citas con 15 compradores de 3 países, quienes manifestaron intención o expectativas de compra a un año por US\$1.6 millones



- **Ruedas de Negocios:**

Más de 680 empresarios nacionales de 24 departamentos y 580 compradores de 55 países participaron en 22 encuentros o ruedas de negocios presenciales y virtuales en Colombia y exterior tales como: Rueda de negocios Trade Show de Compras Públicas B2B, Rueda de negocios IX FORO LAB4+ , Rueda de Negocios de Alianza del Pacífico - Asia y Oceanía, Rueda de negocios FITB, Rueda de Negocios Virtual de Bioseguridad y Protección de las Américas, Rueda de Negocios Café y Cacao Huila, Rueda de negocios A-P Intraalianza y Canadá , Rueda de negocios A-P y Europa, VI Rueda de Negocios + Cartagena, Rueda de Negocios Industrias del Movimiento, Rueda de Negocios del Sector Editorial, Rueda de negocios SOFTIC, Rueda de Negocios BPRO, Rueda de Negocios de Cacao y Chocolatería, Rueda de Negocios Orgánicos y Sostenibles, Rueda de Negocios del Sector Farmacéutico Para Uso Humano y Veterinario de El Salvador, Rueda de Negocios ExpoConstrucción y ExpoDiseño, Rueda De Negocios Cannabis Medicinal, Rueda de Negocios Rio es Moda, Rueda de Negocios Eje Moda, Rueda de Negocios BOMM, Rueda de Negocios en el marco de ExpoConstrucción y ExpoDiseño y Rueda de negocios Indulge in Colombia: With Cocoa, Coffee & Fruits en Singapur.

- **Misiones inversas o de compradores:**

Se coordinaron 10 misiones de compradores internacionales presenciales y virtuales en las que cerca de 440 compradores internacionales de 34 países se reunieron con exportadores en Colombia para cumplir las citas previamente confirmadas en el marco de ferias como: Colombiatex, Colombiamoda, IFLS+EICI, Belleza y Salud, AndinaPack, ExpoArtesanías, Misión de Compradores CUMO y Misión Tostadores de Café – Rusia. Misión Compradores Aguacate Hass y Circulart Medellín.

- **Ferias internacionales:**

Se coordinó, apoyó y acompañó más de 330 empresas nacionales de 17 departamentos para que participaran en 43 ferias internacionales presenciales y virtuales en 12 países, de acuerdo con su producto y mercado objetivo. Las ferias en que se dio a conocer la oferta colombiana fueron: Feria Internacional Biofach, Feria Internacional Devcom y Feria Internacional Anuga en Alemania; Feria Internacional Collision, Feria internacional Hot Docs, Feria Internacional External Development Summit XDS y Feria Internacional Mega Migs en Canadá; Feria Internacional de Inversión y Comercio en China Occidental, Feria Internacional Global Health Expo of Boao Forum, Feria Internacional CIFTIS, Feria Internacional Guangdong Maritime Silk



Road, Feria Internacional China International Import Expo y Feria Internacional Café Show Beijingen China; Feria Internacional Café Show Seoul en Corea del Sur; Feria Internacional Gulfood Dubai y Feria Internacional DICM en Emiratos Árabes Unidos; Feria internacional Mobile World Congress, Feria Internacional Fruit Attraction, Feria Internacional MOMAD Madrid y Feria Internacional BIME en España; Feria internacional NATPE, Feria Internacional Kidscreen, Feria internacional Magic Fashion Events, Feria internacional Game Developers Conference, Feria Internacional Magic Las Vegas, Feria Internacional NexGen Xchange, Feria internacional Playtime New York, Feria internacional FIME, CCW, Feria Internacional AAPEX y Feria Internacional Coterie NY en Estados Unidos; Feria internacional Festival de Cine de Animación de Annecy (MIFA), Feria internacional Festival de Cannes y Feria Internacional MIPCOM en Francia; Feria internacional Anime Fair, Feria internacional FOODEX y Feria Internacional Tokio Game Show en Japón; Expo Nacional Ferretera, Feria Internacional Mip Cancun y Feria Internacional del Libro Guadalajara en México; Feria Internacional Womex en Portugal, Feria Internacional Chashka Fest en Rusia y Feria Internacional CLAB.

- **Showrooms:** 5 Showroom presenciales o virtuales se realizaron en el extranjero con la participación de más de 100 empresarios nacionales de 12 departamentos: Showroom All Food Expo Shenzhen en China, Showroom Paraiso Swimweek Miami en Estados Unidos, Showcase De Bioseguridad Y Dotación Hospitalaria en Ecuador, Showcase Bioseguridad y Dotación Hospitalaria Triángulo Norte y Showroom virtual de alimentos, productos de aseo y dotación hospitalaria en Panamá y Costa Rica.

- **Misiones de vendedores:** Se coordinaron 2 misiones de vendedores; Misión de Cítricos en Estados Unidos en donde participaron 6 exportadores de 5 departamentos y Misión de Industrias 4.0 a Guadalajara.

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.

- **Design Room Colombia** plataforma digital enfocada en el diseño y la decoración que resalta el talento de los colombianos. Fue creada junto con la Cámara de Comercio de Bogotá. Esta vitrina cuenta actualmente con la participación de 20 empresas que acercan las propuestas de nuestro país a los mercados internacionales. Durante el 2021, se lanzó la nueva actualización en donde los usuarios visitantes pueden hacer uso de un nuevo aplicativo de realidad aumentada. Pueden interactuar de manera virtual con los productos de las 20 marcas a través de un dispositivo móvil, donde pueden ubicar y desplegar el producto en un espacio y verlo completamente en 3D, detallas, colores texturas, acabados entre otros.

Tuvo 12.894 sesiones en el 2021, con un incremento del 197% con respecto a 2020. Las ventas reportadas por los empresarios a través de esta plataforma en el 2021 son de US\$1.5 millones.

- **Colombian B2B marketplace:** plataforma diseñada y lanzada en el 2020 para conectar a los compradores internacionales con los empresarios colombianos tuvo, en el 2021, 571.526 sesiones, 26,20% más que en 2020. 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 33.000 visitas durante su lanzamiento en la MCR Américas virtual. Se puede conocer en: <https://ourorigin.colombiatrade.com.co/>.

- **“Export Access”**, es una 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 5.629 usuarios registrados en la plataforma. 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.

Para el sector de Industrias Creativas o de Servicios Basados en Conocimiento (SBC) se encuentran en curso dos contratos de Consultoría, el primero con el objeto de hacer el levantamiento de información de condiciones de

acceso de los Servicios priorizados: software y aplicaciones móviles, animación y videojuegos, audiovisual, BPO, industria editorial y gráfica, publicidad y mercadeo y diseño arquitectónico e ingeniería; para los mercados de México, Perú, Chile, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras y España; y el segundo contrato con el objeto de adecuar y actualizar la plataforma Export Access en su Front y Back, de tal manera que se pueda garantizar un diseño con enfoque a la experiencia de usuario y que estos tengan disponible información tanto de bienes y servicios en un lenguaje amigable y de fácil entendimiento para lograr finiquitar sus procesos de comercio exterior.

- **Beyond Autoparts:** Herramienta digital que muestra a través de un automóvil las diferentes partes que lo componen y proveedores potenciales para esas autopartes. 30 empresas con productos registrados en la plataforma.
- **Building Origins:** En un recorrido 360° los compradores pueden ver de manera animada cuáles son las categorías, subcategorías y productos del sector. Adicionalmente pueden conocer quiénes son esos proveedores potenciales. La herramienta permite incluir nuevos exportadores, igualmente un comprador puede pedir contactar a un exportador específico. Impacto a 77 empresas con 120 productos.

Adicionalmente se ofrece a los empresarios, las siguientes herramientas virtuales de logística: 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

En el marco del plan de reactivación de MinCIT, ProColombia definió 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 2021, como resultado del acompañamiento y participación en actividades, 405 empresas de 14 departamentos informaron haber realizado negocios por US\$1.052 millones con 1.230 compradores de 86 países. Adicionalmente, se apoyaron a más de 350 empresarios en más de 20 actividades comerciales, como: Devcom, Mipcom, MIFA, MipCancun, Tokyo Game Show, NATPE, Rueda de Negocios BPRO, Feria Womex y Customer Contact Week, entre otras.
- Fortalecer la oferta exportadora a través de Fábricas de Internacionalización. Como se describió anteriormente se han prestado servicios a 370 empresas localizadas en 20 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. Desde 2020, 1.593 empresas de 22 departamentos se han contactado y ofrecido servicios.
- Aprovechar el canal de e-commerce por el crecimiento exponencial que ha tenido. En Colombia se trabaja a través de Colombia a un click para ventas cross-border y a través de las oficinas de ProColombia en el exterior se acompaña a las empresas para que aprovechen este canal. La meta propuesta fue de 300

empresas vendiendo un monto de US\$18 millones. Desde el inicio de la estrategia son 485 las empresas con cuenta abierta en más de 90 marketplaces en el mundo y 210 empresas han realizado ventas por US\$24,4 millones a través de este canal. En 2021, 108 empresas abrieron cuenta en Amazon, eBay y otros marketplace; y 33 vendieron US\$1,3 millones en esas plataformas. Adicionalmente, a través de nuestras oficinas en el exterior, 232 empresas abrieron cuenta en algún Marketplace local y 64 empresas hicieron ventas por US\$10 millones en marketplaces y canales digitales.

- Aprovechar el canal de compras públicas en crecimiento por la demanda gubernamental de bienes y servicios durante la pandemia. La meta propuesta fue facilitar negocios por US\$10 millones en bienes y servicios diferentes a los de ingeniería y construcción. En el 2021, con el fin de aprovechar este canal, se generaron webinar de oportunidades y como resultado del acompañamiento a empresarios en diferentes mercados, 15 empresas informaron haber realizado negocios por US\$13,7 millones en 13 países directamente al gobierno o a través de la firma que se ganó la licitación. Adicionalmente se realizaron negocios por US\$197,8 millones en el sector de ingeniería y servicios de construcción

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 oportunidades de negocios 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 2021 fueron los siguientes:

- 2.715 empresas de 24 departamentos (56% Mipymes) informaron haber realizado negocios por US\$6.370 millones (17% más que en el 2020) para un cumplimiento del 110% de la meta del año (US\$5.800 millones).
- Los negocios fueron realizados con 8.837 compradores de 149 países. El 88% del valor de los negocios reportados se realizaron con compradores de mercados con acuerdos comerciales.
- Las empresas colombianas iniciaron 57 proyectos de expansión en mercados internacionales. Fueron 54 empresas de 11 departamentos acompañadas por ProColombia las que iniciaron sus proyectos de expansión en 16 países mediante operación directa o alianzas estratégicas que les permitan aumentar la competitividad empresarial o potencializar las exportaciones. El valor de los proyectos fue estimado por los empresarios en US\$10 millones.
- Fábricas de internacionalización: 1.012 empresas inscritas en 2 convocatorias realizadas durante el año, 530 empresas fueron aceptadas. Durante el 2021 se prestaron servicios a 324 empresas de 19 departamentos y desde el inicio de la estrategia se han prestado servicios a 370 empresas de las cuales el 95% son Mipymes. De las empresas atendidas, 113 empresas informaron negocios de exportaciones en 2021 por un monto de US\$70,6 millones.
- Colombia a un clic: desde el inicio de la estrategia son 485 las empresas con cuenta abierta en más de 90 marketplaces en el mundo y 210 empresas han realizado ventas por US\$24,4 millones a través de este canal. En 2021, 2.963 empresarios fueron capacitados; 108 empresas abrieron cuenta en Amazon, eBay y otros

marketplace; y 33 vendieron US\$1,3 millones en esas plataformas. Adicionalmente, a través de nuestras oficinas en el exterior, 232 empresas abrieron cuenta en algún Marketplace local y 64 empresas hicieron ventas por US\$10 millones en marketplaces y canales digitales.

- Con el fin de identificar y motivar más empresas a exportar se realizaron 36 Futurexpo, y participaron 43.397 en los programas de formación exportadora de bienes y servicios.

Casos de éxito de nuevos productos en mercados

Se presentan a continuación algunos casos de éxito de empresarios que llegan con nuevos productos a nuevos mercados, acompañados por ProColombia y como resultado de CO-nectados así como del trabajo articulado con otros organismos del Gobierno Nacional en temas de diplomacia sanitaria y comercial:

- **Carne bovina - Chile:** En enero del 2021 se anuncia la reapertura de Chile para exportaciones de carne, como resultado de la estrategia de diplomacia sanitaria del Gobierno Nacional con la participación del Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), el Invima, MinCIT, MInAgricultura y ProColombia.

Gracias a la anterior gestión, las exportaciones de carne bovina a Chile son de US\$36.2 millones (ene-sept 2021). Chile es hoy, el segundo destino de carne bovina.

- **Juan Valdez – Café - Holanda:** Juan Valdez, la marca de los caficultores colombianos, anuncia su llegada a Holanda a través de una de las principales cadenas de supermercados del territorio. Esta nueva oportunidad en el mercado europeo fortalece su presencia a nivel internacional y proyecta a la marca Juan Valdez, como un referente de café premium en el mercado de este país. Los consumidores podrán encontrar un portafolio de Juan Valdez enfocado en café molido y en grano, el cual estará disponible en más de 400 puntos de venta de la cadena de supermercados Jumbo, una de las organizaciones más importantes del sector retail de ciudades como Amsterdam, Rotterdam, La Haya y Utrecht.
- **Productos Ramo tiene mas presencia en Estados Unidos:** Ramo hace presencia en EE. UU. a través de distribuidores: Dinas Corporation en Nueva York y Barberi International en Florida. Estos distribuidores más que clientes son aliados de Ramo lo que les ha permitido llegar con flota propia con branding de Ramo a los principales CVS de la Florida, en los supermercados Food Bazar de Nueva York, en los Bravo y en cerca de 1000 máquinas expendedoras. Ramo adecuó sus empaques para salir del canal étnico, es así que lanza el: chococake, barritas de chocorramo, chake bar y choco Brownie. A octubre de 2021, Ramo ha exportado a EEUU más de USD 1,2 millones.
- **R-NEXT - Videojuegos a Japón, Corea del Sur y China:** gracias a su participación en el Tokyo Game Show del 2020, R-NEXT, empresa creadora del videojuego Aniquilation, suscribió un contrato en el 2021 en Japón con Hybrid Squad para distribuir el videojuego en todas sus tiendas. El cliente se encargará de hacer la traducción al idioma de cada país, así como campañas de mercadeo, generando reportes mensuales de ventas cada 3 meses.

- **Quipux - Servicios TI - Brasil –Compras Públicas:** Quipux actualmente exporta plataformas transaccionales y servicios tecnológicos que ayudan en la modernización de los servicios del gobierno a los ciudadanos, mediante contratos de largo plazo y con pagos por transacciones o por el uso de la plataforma. Estos sistemas ayudan a crear las bases de datos nacionales de vehículos, licencias de conducción, control del transporte público, control del comercio de partes usadas de vehículos, impuesto automotor, apoyo a la seguridad vial y fortalecimiento de los procesos de multas de tránsito manuales y con medios electrónicos.

La empresa tiene su casa matriz en Medellín, y tiene presencia directa desde el 2012 en Brasil y por medio de un aliado local están abriendo nuevas oportunidades en el mercado. Actualmente sus soluciones están operando en el Estado de Sao Paulo, también esperan próximamente empezar operaciones en Ceará, Brasil. Particularmente, en el caso de Brasil, la experiencia ha sido importante con un proyecto que empezó a nivel local en el estado de São Paulo y que con su plataforma digital (de control de comercio de partes usadas de vehículos) permitió reducir el robo de vehículos en todo el estado en un 35%. Esto derivó en la creación de una ley federal que busca que los estados implementen controles similares en este tipo de comercio, permitió la creación de un seguro popular para los vehículos (con menor costo), ayudó a formalizar el comercio de partes usadas e incrementó el recaudo del impuesto asociado al comercio de repuestos usados.

- **Figa - Kuwait:** la compañía Farmacéutica Internacional de Garantía Animal, enfocada en la salud animal, cerró negociaciones en Kuwait por cerca de USD\$30 mil, convirtiéndose en la primera y única empresa colombiana en llegar al mercado con este producto, todo esto derivado de su participación en Fábricas de Internacionalización donde tuvo servicio 3E (Empresas de Excelencia Exportadora) y Comex 360 , así como el apoyo en la validación del cliente y el acompañamiento del funcionario de ProColombia en Emiratos Árabes.
- **Laboratorios Smart – Polvo compacto - Estados Unidos – Colombia a un Clic:** la empresa líder en ventas de polvo compacto en Colombia (con su marca Nailen) logró abrió su cuenta en el market place Amazon, y ha exportado cerca de US\$ 30 mil a Estados Unidos, gracias a su participación en la estrategia Colombia a un Clic.
- **Pretecor – Postes inteligentes – El Salvador – Compras Públicas indirectas:** Pretecor realizó su primera exportación a El Salvador de postes inteligentes que serán instalados en un malecón del Tunco. El 20 de mayo fue la inauguración con la Ministra de Turismo de El Salvador, El Ministro de las TIC, El Gerente del DELSUR y Pretecor.

Pretecor en Expo Dubái: en el Pabellón Colombia la empresa tuvo un “Cóctel Pretecor” junto con diferentes invitados y el Embajador de Colombia en Emiratos Árabes Unidos Jaime Amín en Expo Dubái 2020. Este espacio les permitió generar conversaciones y excelentes relaciones comerciales para la empresa. Resaltamos agendas comerciales con compañías como CIT (Creative Innovation Technology) y Capital for Urban Development. La empresa fabricó y envió postes inteligentes que hacen parte permanente del pabellón de Colombia en Expo Dubái.

A photograph of two people standing on a grassy hill at sunset. The person on the left is wearing a cap and a backpack, pointing towards the horizon. The person on the right is wearing a hat and a light-colored shirt, looking through binoculars. A camera on a tripod is positioned between them. The background shows a range of mountains under a colorful sky. The text 'NUEVAS FUENTES DE CRECIMIENTO TURISMO INTERNACIONAL' is overlaid in white, bold, sans-serif font.

**NUEVAS FUENTES
DE CRECIMIENTO
TURISMO
INTERNACIONAL**

Nuevas fuentes de crecimiento - Turismo Internacional

Con el propósito de mantener vigente a Colombia como destino turístico y que la industria del país esté preparada de acuerdo con los cambios en las tendencias de los viajeros, ProColombia puso en marcha varias acciones con el fin de reactivar el turismo internacional en el país y 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:

- **Colombia Travel Mart – CTM:** uno de los encuentros del sector turístico internacional más importantes del país y de la región. Entre el 28 de abril y el 4 de mayo se realizó la catorceava edición por primera vez de manera virtual. Se realizaron citas entre 146 empresarios de 17 departamentos y 200 compradores de 30 países, que informaron expectativas de negocio por US\$54,7 millones.



Adicionalmente se realizó una rueda de encadenamiento, en la cual se pusieron en contacto 98 empresas colombianas proveedoras de bienes y servicios con 63 empresas exportadores de la cadena de turismo, que informaron oportunidades de negocio por \$1.032 millones de pesos.

- **Colombia Nature Travel Mart - CNTM:** Entre el 7 y el 10 de septiembre se llevó a cabo la novena versión de la rueda de negocios especializada en naturaleza y aventura, reconocida en Latinoamérica como uno de los encuentros más importantes. Se generaron citas entre 69 empresarios colombianos y 47 empresarios internacionales de 12 países, quienes reportaron expectativas de negocios por US\$8.1 millones. En el marco de este evento y por tercer año consecutivo, también se realizó una Rueda de Encadenamiento en la que 79 proveedores se reunieron con 68 exportadores para generar alianzas. En esta se registraron expectativas de negocios por \$1.151,8 millones de pesos.
- **Macrorrueda de Colombia en ExpoDubai:** En el marco de la macrorrueda de exportaciones participaron 10 empresarios colombianos y 11 internacionales de turismo. Este espacio permitió el conocimiento mutuo e identificar interés de trabajar de manera conjunta.

- **Ferias internacionales:** Colombia estuvo presente en 29 ferias internacionales en 10 mercados (Argentina, Brasil, Colombia, España, Estados Unidos, Francia, Italia, México, Panamá y Reino Unido) en las que participaron 140 empresas colombianas de 15 departamentos (Antioquia, Atlántico, Bolívar, Caldas, Casanare, Cundinamarca, Huila, La Guajira, Magdalena, Nariño, Norte de Santander, Risaralda, San Andrés y Providencia, Santander y Valle del Cauca). Las ferias fueron: Destinations – Virtual, Adventure Travel Networking, Travel Turkey Izmir, ITB, Seatrade Expedition Cruising, Adventure Travel Xpo, Seatrade Expedition Cruise, FITUR, Routes Americas, New Age of Luxury Travel, Virtuoso Travel Week, IBTM Américas 2020 -, WTM Latinoamérica Virtual, Convención Anual Global de la IGLTA Atlanta, GTM West, TIE DIGITAL, ALTA Airlines Leaders Forum, FCCA Cruise Conference & Trade Show, Travel Leaders Edge, Fiexpo Latin América, LATA Expo, TOP RESA, World Routes, IMEX América, Symposium ETC, FCCA PAMC, FIT Argentina, IBTM World y Uzakrota Global Summit.



- **Presentaciones de destino:** Se realizaron 55 presentaciones de destino a agencias, mayoristas y tomadores de decisión de Brasil, Canadá, Chile, Corea del Sur, Ecuador, España, Francia, Guatemala, Guyana, México, Noruega, Panamá, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Trinidad y Tobago y Venezuela.
- **Semanas virtuales o workshops:** Fueron realizadas cuatro semanas virtuales con el objetivo de fidelizar las empresas claves en los mercados objetivo, inspirar a los mercados con experiencias turísticas atractivas y transmitir confianza a los empresarios nacionales e internacionales. El formato incluyó dos partes: sesión académica y rueda de negocios. Se contó con la participación de más de 1.000 personas tanto en las jornadas académicas como en las citas de negocios. En total, los empresarios reportaron expectativas de negocios cercanas a los US\$20 millones. A continuación una descripción de cada una de ellas:

- **Workshop de Colombia en Estados Unidos:** realizada en enero, inició con programación académica en la que se realizaron tres paneles. El primero de ellos “Flying to Colombia – a journey to the country” en el que participaron las siguientes aerolíneas: Spirit, American, Avianca y OPAIN. El segundo, “Global perspectives of meetings industry” en el que participaron representantes IMEX Group, GMTS, PCMA y SITE. El último, “The power of the travel industry to influence the consumer’s behavior” en el que participaron representantes de Lonely Planet, G-Adventures, USTOA y ATTA-Adventure Travel Trade Association. En la rueda de negocios, fueron registradas expectativas por US\$4,9 millones entre 42 empresarios colombianos y 41 empresarios internacionales.
 - **Welcome to Colombia, Annual Tourism Forum in Canada 2021:** se realizó en el mes de febrero. La sesión académica incluyó temas como: Canadian Tourism Leisure market 2021: Trends and expectations, Behind-the-scenes with Canadian Planners, Sustainable and responsible tourism, beyond planitudes. Así mismo fue realizado un panel de conectividad en el que participó Avianca, Copa Airlines, SACSA OPAIN. Fueron registradas expectativas de negocios por US\$10.8 millones entre 51 empresarios colombianos y 31 compradores canadienses.
 - **Encuentro virtual de turismo Argentina, Bolivia, Chile, Paraguay, Perú y Uruguay:** desarrollado durante el mes de julio, se registraron expectativas de negocios por US\$2,4 millones como resultados de las citas de negocios realizadas entre 40 empresarios nacionales y 22 empresarios internacionales. Como parte de la agenda académica se tocaron temas como: dar información respecto a la situación actual para emisión de viajeros y los avances en el proceso de vacunación y contexto actual del turismo entre los países del Encuentro y Colombia. Así mismo, se realizaron presentaciones de destino de las regiones turísticas claves en los mercados: Andes Orientales, Andes Occidentales y Gran Caribe. Adicionalmente, se llevó a cabo un panel de conectividad que contó con la participación de representantes de Avianca, Viva, Copa y LATAM.
 - **Encuentro Virtual de Colombia en Brasil 2021:** se llevó a cabo en el mes de noviembre, en la agenda académica se incluyeron además de presentaciones de destino del Gran Caribe, Andes Orientales, Pacifico Colombiano, Macizo Colombiano y Andes Occidentales, se realizaron paneles en temas como: El mercado brasilero en la industria de reuniones, ¿Qué pasó en Brasil durante la pandemia y cómo se enfrenta a la situación?, Cómo están haciendo otros destinos su promoción dentro del mercado brasilero. Como resultado de las reuniones entre 41 empresarios colombianos y 29 compradores brasileros, fueron reportados US\$1,7 millones en expectativas de negocios.
- Realización de 19 **fam trips** (viajes de familiarización, o viajes de operadores turísticos para conocer el destino o producto turístico) y nueve **press trips** (viajes de prensa) con la participación de 100 personas de 10 países. Se destaca la realización de un press trip - evento virtual en vivo para el lanzamiento de los binoculares de la marca Swarovski Optik en escenarios colombianos con 100.000 views y 5.400 engagements. Durante el press se tuvo presencia en las redes de medios como El Mundo (España), National Geographic, Forbes, entre otros.

- **Campaña internacional y plan de medios**, al cierre de 2021, el plan de medios internacional logró impactar en 13 mercados priorizados y se alcanzaron 350 millones de impresiones, 12 millones de views y 3 millones de sesiones.
- **Premio Nacional de Turismo de ProColombia:** En 2021 se llevó a cabo la tercera edición, en donde se reconoció a las personas, entidades, instituciones, empresas de turismo, periodistas y medios de comunicación, que por su liderazgo, están transformando la industria del turismo en Colombia. En esta oportunidad se destacaron 12 iniciativas que han aportado al desarrollo de la industria del turismo y a su reactivación.

Las categorías premiaron a la industria de reuniones, a los jóvenes emprendedores en el turismo, el aporte cultural al turismo, la sostenibilidad, la innovación, las sinergias y otros atributos dignos de reconocimiento. Adicionalmente, hubo dos categorías dirigidas al público internacional: “El encanto de Colombia hecho noticia” y “Más acogedor que nunca: Colombia vigente en los mercados internacionales”.

En esta oportunidad se contó con más de 20 aliados nacionales e internacionales, quienes apoyaron el proceso de votación y patrocinaron a los ganadores con diversos premios, ellos son: A&A Soluciones, ACOTUR, AIFEC, ANATO, Asoeventos, Avianca, Catalina Puello Arquitecta, Clúster de Turismo y Negocios, Colombia Productiva, Copa Airlines, Eduardo Chaillo, Great Place to Work, ICCA, Ideo Grupo, Incubatur, INnpulsa Colombia, Latam, MinCultura, MPI, Niddo Suesca, OMT, Rise, Signature Travel Network, Tock Projects, Tourism Cares, viceministerio de turismo, Wingo, WWF y Virtuoso.

En este mismo espacio, fue lanzado el “Manual ilustrado para guías de Turismo de Cultura, COcrear, COnectar, COnservar” el cual busca destacar los activos de Colombia en el segmento como la riqueza cultural del territorio colombiano.

Plan de reactivación

Conscientes del inmenso potencial de esta industria, ProColombia continuó trabajando activamente en la hoja de ruta diseñada en el 2020 para aportar a la recuperación del sector y en 2021 se trazaron grandes apuestas de legado de transformación y reactivación en el país en las se definieron los siguientes objetivos estratégicos:

- Liderar la reapertura de la conectividad
- Posicionar al país como líder en eventos híbridos en Latinoamérica
- Promover a nuestro país desde una perspectiva macrorregional
- Posicionar a Colombia como número uno en sostenibilidad, en la región acompañado de la Ley de Turismo y la Política de Turismo Sostenible que se logró sacar adelante con el liderazgo del Viceministerio de Turismo.
- Continuar la transición hacia esquemas de comercialización B2C
- Y apoyar la promoción proyectos de infraestructura turística

Con estas prioridades, ProColombia apoyó la recuperación de la industria turística de Colombia, que se ve reflejada en los siguientes signos de recuperación,

- **Conectividad aérea:** La recuperación de la conectividad ha sido uno de los principales objetivos en la estrategia de reactivación del turismo la cual se realiza de manera coordinada y estructurada con los aliados del sector aeronáutico y del turismo. En diciembre 2021, se tenían 1.032 vuelos internacionales semanales y 177.867 sillas internacionales semanales conectando a Colombia con el mundo, lo que significa una recuperación del 90% y 93% respectivamente frente a febrero de 2020, antes de la pandemia. Estos vuelos operados por 26 aerolíneas conectan diez de las principales ciudades del país con 25 países de América del Norte, América Central y el Caribe, América del Sur y Europa.

Otro gran logro, fue que durante 2021, entraron en operación 35 nuevas rutas aéreas, un logro que incluso en pandemia superó cifras presentadas en 2019, un año histórico para el turismo, cuando se anunciaron 17 nuevas rutas. Las nuevas rutas son: Air Canada en la ruta Montreal-Bogotá; SKY Airlines en la ruta Santiago de Chile-Bogotá; JetBlue con las rutas Nueva York-Bogotá y Newark-Cartagena; Wingo en las rutas Cancún a Medellín y Cali, Punta Cana-Medellín y Lima-Bogotá; American Airlines en la ruta New York a Bogotá, Medellín y Cali, y Miami a San Andrés; VivaAir en las rutas Cancún-Medellín, Ciudad de México a Bogotá y Medellín, y Orlando-Medellín; Avianca con la rutas Orlando-Cali, Cancún – Medellín, Punta Cana-Medellín, Toronto-Bogotá y Nueva York - Cali; Viva Aerobus en las rutas desde Ciudad de México y Cancún a Bogotá; Spirit Airlines en las rutas desde Miami a Bogotá, Medellín, Barranquilla y Cali; Volaris desde Ciudad de México y Cancún a Bogotá; JetSMART con Santiago – Medellín; Copa desde Ciudad de Panamá a Armenia y Cúcuta; EZ Air con Curazao – Medellín; y finalmente SARPA desde Aruba y Curazao a Medellín.

ProColombia reforzó la promoción con el fin de acelerar la reactivación y hacer sostenible la reapertura de rutas aéreas. Se trabajó de la mano con 16 aerolíneas, alcanzando 15 mercados y beneficiando 11 destinos del país.

Se participó en Routes Américas 2021, primera feria presencial del sector aeronáutico desde la pandemia, que se llevó a cabo del 23 al 25 de junio, en Orlando, Florida. En el marco del evento, se tuvieron más de 23 citas con aerolíneas y representantes comerciales participantes en el evento principalmente de las Américas.

Adicionalmente, en el marco del World Routes realizado en octubre en Milán, Italia que reúne aeropuertos, aerolíneas y autoridades de turismo de todo el mundo, se tuvieron 23 reuniones con 15 aerolíneas, 6 aeropuertos (Orlando, Santo Domingo, País Vasco, Vinci Brasil, Barcelona y Zúrich), entidades de promoción de destino y tour operadores, entre otros, con el fin de lograr nuevas rutas aéreas y promover destinos turísticos.

Así mismo, se apoyó la realización del ALTA Leaders Forum, en Bogotá que reunió a más de 350 ejecutivos de la industria de la aviación comercial y representantes del Gobierno, para dialogar sobre el fomento de una aviación más segura, eficiente y sustentable en América Latina y el Caribe. Durante este encuentro, se sostuvieron reuniones con siete aerolíneas donde se revisaron los desafíos y

oportunidades que pueden contribuir a la mejora de la conectividad aérea del país y sus seis regiones turísticas. Uno de los grandes logros ha sido el compromiso entre los ministros encargados del turismo en Colombia, Brasil y Ecuador de explorar una iniciativa conjunta para fomentar la cooperación regional.

Conectividad marítima: En cuanto a cruceros, Colombia participó activamente en el Task Force de las Américas organizado por la Florida Caribbean Cruise Association FCCA en la que participaron varios destinos con el objetivo de alinear políticas para la reactivación de la industria de cruceros en la región. Como resultado, los protocolos para la reanudación de las operaciones en nuestro país se alinearon completamente con los de la Organización Mundial de la Salud y las directrices del Task. Gracias a esto, el 24 de agosto se reactivó la industria con el arribo del barco Star Breeze de la línea Windstar Cruises a la ciudad de Cartagena.

Además, se participó en el Seatrade Cruise Global, una de las ferias relevantes para la industria de cruceros a nivel mundial, en la cual se presentaron los seis macrorregiones, haciendo especial énfasis en el Gran Caribe Colombiano y el Pacífico Colombiano. En total se realizaron 45 citas con líneas de cruceros, destinos y empresarios del sector con resultados. Por primera vez participaron representantes de la Gobernación de San Andrés y Providencia y Buenaventura, estando enfocados en identificar oportunidades en la industria para el posicionamiento de sus destinos. Destacamos que la línea de cruceros Seabourn incluyó en sus itinerarios a San Andrés y Providencia para el 2022 y después de obtener observaciones a nuestros protocolos para ajustes, se mantiene el 57% de recuperación del arribo de cruceros a Colombia.

– **Posicionar al país como líder en eventos híbridos en Latam:** Como resultado de la estrategia, acompañamiento a los empresarios y actividades de promoción, 91 eventos fueron captados por empresarios y asociaciones (22 viajes de incentivos, 41 otros eventos, 8 convenciones, 11 congresos y 9 deportivos) de 22 países para ser realizados en 10 departamentos, se estima una participación de 14.801 personas, para un cumplimiento del 121% de la meta del año. Estos eventos se realizan entre 2021 y 2024. De los eventos captados se destacan los siguientes:

- XIX Reunión Anual de la Red de Actividad Física de las Américas 2021, evento de cinco días realizado en Medellín, con objetivo de trabajar en mesas y espacios de disertación académica, intercambios y firmas de acuerdos internacionales.
- Global Symposium on Health Systems Research 2022 – Health Systems Global (HSG), para el cual seleccionaron como sede Bogotá y convocará en 2022 a 1.500 participantes.

El Día Mundial de la Industria de Reuniones se realizó el lanzamiento del “Programa Embajadores de la Industria de Reuniones de Colombia”, iniciativa que hace parte de la estrategia para impulsar la industria, continuar promocionando al país como sede de eventos internacionales y aumentar la competitividad en el sector. Al finalizar 2021, se cuenta con 21 empresarios comprometidos para seguir impulsando la industria: 1) Alejandro Guzman, director de Interconectividad para las Américas, Australia y el Pacífico en Google; 2) Jaime Cabal Sanclemente de Fenalco; 3) Adriana Ocampo, directora de Integración

estratégica en Boeing Global Service; 4) Pablo Largacha, vicepresidente Global de Planeación de Negocios e Integración de Coca Cola; 5) Estefan Macroix, director Mercadeo OPAIN Colombia; 6) Silvia Echeverri, directora de Proimagenes; 7) Diego Andrés Bernal, Secretario Permanente de la Red Iberoamericana de Valoración y Gestión de Cementerios Patrimoniales. 8) Alfredo Reyes Rojas, presidente nacional de la Sociedad Colombiana de Arquitectos – SCA; 9) Carlos Humberto Montoya Ortega, Abogado y presidente Asociación Iberoamericana de Derecho Privado; 10) Claudia Sánchez, Secretaria Ejecutiva de la Federación de Asociaciones Iberoamericanas de Aire Acondicionado y Refrigeración – FAIAR; 11) Lina Triana, presidente de la Asociación de Sociedades Científicas de Colombia; 12) María Mercedes Zambrano, microbióloga, Directora Científica de Corporación Corpogen; 13) Enrique Osorio, presidente de la Asociación Colombiana de Neurocirugía; 14) Germán Pardo Albarracín, presidente de la Sociedad Colombiana de Ingenieros; 15) Fabio Eslava Cerón, presidente de la Asociación Psicoanalítica Colombiana; 16) Alejandro Acosta, profesor de la Universidad de la Sabana, Especialidad de Microbiología; 17) Juan Pablo Consuegra, Director Región Andina Facebook; 18) Manuel Mosquera, Presidente de la Sociedad Latinoamericana de Artroscopia Rodilla y Deporte; 19) Gustavo Reyes, Subdirector Científico de la Sociedad Colombiana de Anestesiología y Reanimación SCARE; 20) Carl Henrik Langebaek, Rector Uniempresarial Cámara de Comercio de Bogotá; 21) Juan Esteban Orduz, Presidente Colombian Coffee Federation, Inc. (N. America subs. of Colombian Coffee Growers Federation).

- **Promover a nuestro país desde una perspectiva macrorregional:** Esta nueva estrategia permite a través de seis regiones promocionar el país a nivel internacional, para captar turistas que prolonguen su visita, que regresen a los destinos y aporten a la reactivación económica segura de la industria. Las seis regiones



turísticas son: el Gran Caribe Colombiano: mucho más que Caribe; Pacífico Colombiano: sabor a selva y mar; Andes Occidentales Colombianos: montañas de café y flores; Andes Orientales Colombianos: páramos y valles legendarios; Macizo Colombiano: orígenes ancestrales; y Amazonía-Orinoquía Colombiana: selvas y llanos sagrados. Cada una de ellas cuenta al menos con un atractivo de talla mundial

y satisface segmentos diferentes de turismo que corresponden a nichos concretos de viajeros. Se puede ver un video en el siguiente link <https://www.youtube.com/watch?v=tu5Fu7ZFats>.

En trabajo conjunto con el Cali Valle Bureau fue realizada del 2 al 4 de noviembre, la primera versión de la Rueda de Encadenamiento del Pacífico Colombiano, cuyo objetivo fue la generación de encadenamientos comerciales de la oferta de la región con la de compradores nacionales de servicios turísticos. Durante el primer día se realizó una agenda académica en la que se abordaron temas como sostenibilidad, reactivación y expectativas de encadenamiento, con la participación de empresarios. Posteriormente, durante dos días se realizó la rueda de negocios, en la que reportaron expectativas de negocios por \$291 millones de pesos, como resultado de las citas de negocios entre 70 proveedores de la región Pacífico y 40 compradores de otras regiones del país.

- **Posicionar a Colombia como número uno en sostenibilidad:** Colombia ha desarrollado una política pública para promover la sostenibilidad, la cual fue diseñada para generar proyectos para la conservación y protección de los atractivos turísticos naturales, entre otros. Esta política se integra a la Ley General de Turismo, la cual pone la sostenibilidad como eje principal. Se reconoce formalmente que la protección del medio ambiente y de las comunidades locales es fundamental para la recuperación de la industria turística colombiana luego de la pandemia.

Colombia es uno de los primeros países del mundo que se une como miembro de la Coalición para el Futuro del Turismo (The Future of Tourism Coalition), cuyo objetivo es que el turismo pospandemia tenga entre sus prioridades las necesidades de los destinos y las comunidades. También, se ha trabajado con la Organización para la Educación y Protección Ambiental (OPEPA) para consolidar y socializar el concepto de turismo comunitario en el país, esto a través de un kit de herramientas para la implementación y promoción de este modelo turístico.

Por su parte, en el Tourism Cares Meaningful Travel Summit 2021 se compartieron los avances logrados como país en materia de sostenibilidad. Participaron más de 20 agencias de turismo de Estados Unidos, 6 medios de comunicación, y 12 iniciativas de turismo comunitario de Colombia. Las empresas internacionales tuvieron la oportunidad de vivir experiencias de turismo comunitario en Medellín durante los 5 días de evento, y estar presentes en la sesión académica con exponentes como Diego Calderón, Costas Christ, y Ricardo Galindo viceministro de Turismo de Colombia, entre otros. Adicionalmente se llevó a cabo un Press Trip de medios internacionales en Bogotá, en donde conocieron parte de la oferta de turismo comunitario de este destino en Ciudad Bolívar, y zonas aledañas. También, fue lanzado el Meaningful Map de Colombia herramienta que consolida los proyectos de turismo comunitario más relevantes a nivel nacional que se pueden encontrar en la página colombia.travel.

Por otra parte, en línea con las nuevas tendencias del turismo internacional y con la necesidad de implementar prácticas de turismo sostenible, se inició un plan de trabajo para explorar y desarrollar nichos especializados de turismo en la naturaleza. Las experiencias que se ofrecen en estos nichos se caracterizan por atraer turistas de alto gasto conscientes de la responsabilidad del cuidado del entorno y de la importancia de contribuir al bienestar de las comunidades anfitrionas.

- **Promoción de proyectos de infraestructura turística**, acción que se realiza de la mano del equipo de Inversión, y que fue reportado anteriormente. Como resultado del acompañamiento a potenciales inversionistas, se recibió información del inicio de cinco proyectos por un valor estimado de US\$38,8 millones. Los proyectos son: 1) Un proyecto de Estados Unidos por US\$20 millones para la apertura de nuevo hotel en Cartagena 2) Un proyecto de Ecuador para la constitución en Colombia de un operador de turismo de lujo. 3) Un proyecto de Marruecos por US\$0,6 millones para atraer extranjeros viajando largo tiempo (entre 6 y 24 meses) en Cauca; y 4) dos proyectos de Francia por US\$10,2 millones, para la construcción de un hostel con 212 camas en Antioquia y para la construcción de un hotel económico con 96 habitaciones en Cundinamarca.

Otras acciones:

- **Ruta Exportadora de Turismo.** ProColombia con el fin de brindar conocimiento y herramientas de formación, preparación y adecuación que faciliten la inserción en los mercados internacionales de empresas turísticas, generó la ruta exportadora en un esquema híbrido, es decir con herramientas virtuales y presenciales. Los contenidos ofrecidos tienen como fundamento los conceptos de sostenibilidad y sustentabilidad comercial de las empresas del sector para la consolidación de proyectos turísticos y las tendencias de la industria en un contexto de reactivación económica. La Ruta responde a las necesidades empresariales de la industria turística y la componen tres fases: Programa de Formación Exportadora en Turismo, los programas de Preparación y Adecuación, así como la exposición internacional de las empresas del sector.

En el Programa de Formación Exportadora en Turismo, se innovó desarrollando temáticas acordes a la realidad del sector para el año 2021, se transformó el programa en formato digital, se complementó a través de otras plataformas como Soundcloud y de la estrategia CO-nectados a través de los cuales se ofrecieron podcasts de expertos nacionales e internacionales en temáticas de interés para el público al que se dirige la Ruta Exportadora de Turismo. Durante el 2021, participaron personas y empresarios de los 32 departamentos a pesar del retroceso en el entusiasmo empresarial por la virtualidad.

Los programas de preparación y adecuación continuaron con asesorías en formato virtual, fortalecidos con el desarrollo de una misión de aprendizaje a México en el segundo semestre del año y que, además de cumplir con su propósito principal de formación, facilitó la consolidación de oferta turística entre los participantes para su comercialización en mercados internacionales. El networking estratégico dio como resultado sinergias empresariales entre regiones como Caldas, Boyacá y Guajira, así como la realización de fam Trips de reconocimiento de sus productos.

- **Proyecto Enrutados**, en 2021 se generó este proyecto con el fin de trabajar y fortalecer los siguientes temas: 1) Habilidades comerciales; 2) Estrategias de comunicación; 3) Estrategia y modelos de negocios y 4) Marketing estratégico, en el que se beneficiaron los 25 empresarios seleccionados como finalistas a “Enrutados hacia la innovación 2020”. Tuvieron 100 horas de capacitación grupal y 100 de consultoría individual para la apropiación de las estrategias revisadas en las sesiones grupales.

- **Proyecto de Narrativas Regionales de Turismo.** En 2021, continuó la ejecución de este proyecto. Una vez finalizada la fase inicial de investigación e identificación de elementos culturales y naturales de cada uno de los departamentos, inició el desarrollo de la segunda fase, que es la producción de material audiovisual de las Narrativas Regionales. Se inició la producción de podcasts, revistas y fotos relacionadas con las Narrativas Regionales para cada uno de los 32 departamentos y Bogotá. Como parte de la fase 3 del proyecto, se realizó el lanzamiento de las Narrativas Regionales de Turismo en San José de Guaviare en el marco de la visita de la Ministra de Comercio, Industria y Turismo, representantes de misiones diplomáticas y actores regionales del sector, evento con más de 800 asistentes presenciales y virtuales.

- **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, ProColombia continúa avanzando en el propósito de afianzar el posicionamiento del país, cuenta con las membresías en la Organización Mundial del Turismo – OMT y en el World Travel and Tourism Council – WTTC, con las que se ha logrado relacionamiento con importantes actores del sector turístico para mostrar lo mejor de Colombia en espacio y plataformas de alto nivel, como la cumbre de WTTC en Cancún.

- **“Colombia: Cicloturismo a otro nivel”**, es la estrategia generada en el 2021, para la promoción del turismo en bicicleta a nivel internacional dado el potencial y diferenciadores como la topografía, pisos térmicos variados y no contar con estaciones, convierten al país en destino ideal para recorrer en bicicleta. Todo lo anterior complementado con la amplia oferta gastronómica, cultural y de naturaleza. Inicialmente, la estrategia está compuesta por producción audiovisual de cuatro videos, uno principal y los tres restantes del Altiplano Cundiboyacense, Antioquia (Eterna Primavera) y la Región Cafetera; 25 fotografías y una guía práctica con información clave como datos de interés, oferta de tour-operadores, hoteles y tiendas especializadas, entre otros. En el largo plazo se irán integrando otras regiones de Colombia.

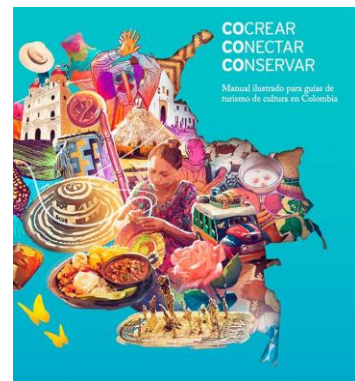
Como primera acción de promoción internacional, luego del lanzamiento de la estrategia, Colombia participó con un stand informativo en el Mundial de Ciclismo de Ruta Bélgica 2021 en Lovaina (una de las cuatro ciudades sede del evento) donde fueron transmitidos los videos de la estrategia en pantallas gigantes. Adicionalmente, en trabajo conjunto con la Embajada de Colombia en Bélgica y Bioracer, se realizó la “Noche de Colombia”, en la que se ofreció un conversatorio con Matt Rendell en un café especializado para ciclistas y se hizo una exposición de fotografías de Colombia durante un mes.

Se realizó un re-lanzamiento de la estrategia de turismo en bicicleta en el Café de Rigoberto Uran, en el cual se hizo el nombramiento oficial de Matt Rendell como nuevo embajador de Colombia. Previo a este evento, se realizó un Press Trip recorriendo el Altiplano Cundiboyacense con cuatro periodistas internacionales provenientes de Brasil, Francia, Reino Unido y Turquía. En este mismo sentido, se gestionó un viaje de familiarización por el paisaje cultural cafetero con tres compradores provenientes de Canadá, Australia y Reino Unido.

- **“Manual Ilustrado para Guías de Turismo de Naturaleza en Colombia, “COntemplar, COmprender y COnservar (CO- Colombia)”**, en la 80ª edición de la Feria del Libro de Madrid 2021 se realizó el lanzamiento internacional de este libro que muestra todo el potencial de la riqueza natural del país. Como se ha comentado, este manual busca apoyar la labor de los guías en campo, o de cualquier persona que tenga interés, fortaleciendo las habilidades de interpretación del patrimonio biológico colombiano y convirtiéndose en un vehículo para la COmprensión, COntemplación y COnservación de la biodiversidad, apoyando al posicionamiento del país, como un destino de turismo de naturaleza. El manual, las fichas de destino y 50 podcast se encuentran en la página web colombia.travel.



- **“Manual ilustrado para guías de turismo de cultura, COcrear, COnectar, COnservar”**, continuación del Manual ilustrado para guías de turismo de naturaleza. En este segundo manual se pretende evidenciar la conexión entre la naturaleza y la cultura en Colombia, ya que el territorio en donde habitamos y su biodiversidad origina diversas manifestaciones de la cultura colombiana, representada en los ritmos, tradiciones, lenguas, artesanías, gastronomía, entre otras. El libro, que está dividido en las seis Regiones Turísticas de Colombia, resalta cualidades como contar con nueve patrimonios materiales de la humanidad y nueve patrimonios culturales inmateriales; tres ciudades creativas de la música, nuestras ciudades creativas de la gastronomía, entre otros. Este proyecto fue liderado por ProColombia y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo con el apoyo de la Unión Europea y Punto Aparte Editores. Fue lanzado nacionalmente durante la entrega de los Premios Nacionales de turismo, y el lanzamiento internacional se hará en el 2022, el marco de la feria de turismo FITUR en Madrid.



Resultados Turismo

Como resultado del relacionamiento y acompañamiento a los 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 2021 se resumen los siguientes resultados que se han enunciado a lo largo del documento.

- Entre enero y noviembre de 2021, de acuerdo con la información de Migración Colombia, 1.701.682 visitantes no residentes llegaron a Colombia: 9.054 son de cruceros, 1.186.625 extranjeros no residentes y 506.003 colombianos residentes en el exterior.
- Los empresario captación de 91 eventos en 18 países para ser realizados en 10 departamentos de Colombia en los que participan de extranjeros, los eventos se realizan entre el 2021 y el 2024.

- En cuanto a conectividad, se logró la recuperación del 90% de las frecuencias y 93% de las sillas que se tenía antes de la pandemia, con la llegada de 1.032 frecuencias aéreas y 177.867 sillas, para un cumplimiento de metas del 164% y 170% respectivamente.
- En el programa de formación exportadora de turismo participaron 16.228 personas de 32 departamentos, para un cumplimiento del 101% la meta establecida para el presente año.

Reconocimientos

El país recibió los siguientes reconocimientos:

- Colombia obtiene nueve premios en los World Travel Awards 2021. El país ganó en las categorías de Suramérica como Destino de Cruceros, Destino LGBT y Destino de Viaje para Jóvenes. Mientras que Bogotá lo hizo como Ciudad Líder en Suramérica y como Destino de Viajes de Negocios, reconocimiento que recibe por segundo año; Cartagena como Destino de Luna de Miel, el cual ya lo había obtenido en 2019 y 2020, y como Puerto Líder de Cruceros; Cali como Destino urbano Líder en Cultura y San Andrés como Destino de Playa, premio que recibió también en 2020. En esta oportunidad en la versión mundial, ProColombia fue nominada como Oficina de Turismo Líder.
 - The New York Times incluyó a Colombia en la lista de 52 países para amar en 2021. Es importante señalar que la lista fue hecha por más de 2.000 lectores del medio estadounidense.
 - CEOs, Gerentes y Senior Stake Holders de la industria de turismo.
 - Cartagena se ubicó en el tercer lugar en el apartado de “Ciudad más deseable – larga distancia” después de Singapur y Cuzco, en los premios concedidos por la revista británica de viajes “Wanderlust” 2021, que otorga basados en las opiniones de sus lectores,
 - En el October Global Big Day en el participaron 191 países, Colombia ocupó el primer lugar como el destino número uno en avistamiento de aves, al registrar 1.334 especies. Las regiones en las que se observaron más especies fueron: Tolima con 528; Antioquia con 518, Valle del Cauca con 490 y Santander con 397.
 - ProColombia forma parte de las '75 organizaciones más innovadoras en política turística' de Apolitical, entidad consultora de Reino Unido que agrupa a funcionarios de Gobierno a nivel mundial y los orienta en la resolución de los desafíos que devienen en la Industria del Turismo.
 - ProColombia se hizo acreedora al segundo puesto en el Destination Award 2021 entregado por el Travel Industry Club (TIC). TIC es un gremio muy reconocido en Alemania, Austria y Suiza, cuyos miembros son

Estas nominaciones demuestran qué, con todo y pandemia, Colombia sigue gozando de un importante prestigio como destino turístico de talla internacional y la estrategia de reactivación de ProColombia, continúa dando frutos.

Marca país

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

El 7 de abril de 2021, se realizó el lanzamiento nacional e internacional del nuevo manifiesto país: Colombia el país más acogedor del mundo. El evento nacional tuvo como nombre “Foro de la Calidez” y contó con seis invitados que con sus talentos e historias evidenciaron esa calidez que caracteriza a los colombianos. Para esta narrativa se realizaron cuatro referencias de video traducidas a siete idiomas, un libro de 47 historias de la calidez en inglés y español y más de 3.000 fotografías.



Tras el lanzamiento, se activó un plan de medios con el que se lograron más de 180 millones de impresiones. Este plan de medios se potencializó de la mano de la agencia de PR con la que se trabaja, lo que permitió más de siete millones de impresiones adicionales en Estados Unidos, Reino Unido, Francia y España.

Igualmente se actualizaron el 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: 6.209.213 sesiones únicas en 2021, un crecimiento del 4,94% vs 2020 en el portal COLOMBIA.CO, y su número de usuarios llegó a 4.776.611 un 1,97% más que el año anterior.

En este esfuerzo por mostrarle al mundo lo mejor de Colombia, desde diciembre del 2020, cuando se anunció el lanzamiento de Encanto, se ha venido trabajando en diferentes acciones tanto a nivel nacional como internacional para capitalizar el contenido de esta película animada que muestra la magia, calidez, diversidad cultural y natural de Colombia.

La estrategia se construyó en dos fases, la primera enfocada en el momento del lanzamiento para acompañar las acciones que Walt Disney Animation Studios tenía planeadas y una segunda fase de sostenimiento cuyo objetivo es apalancarnos en todos los contenidos para mostrar nuestros destinos, nuestros productos y la calidez de nuestra gente. En la primera fase, de la mano de las embajadas de Colombia y las oficinas de ProColombia en el exterior se realizaron eventos de lanzamiento en Estados Unidos, Canadá, Inglaterra, Irlanda, España, Italia, Noruega, Turquía, Francia, Rusia, Japón, Indonesia, Singapur, Corea, Chile, Argentina, Brasil, Perú, Ecuador, Costa Rica y Panamá. Desde Marca País se apoyó con un manual de ejecución para la alineación de los eventos y la realización de todo el tema gráfico (Backings, Photoboots, invitaciones, piezas de convocatoria, etc.)

Por otra parte, se ha trabajado de la mano de nuestros aliados en diferentes campañas para posicionar nuestra Marca País en Colombia.

- Con Alquería lanzamos la segunda edición Colombia en sus latas de obleas, en donde en la primera edición del 2020 tuvieron un crecimiento de ventas en el 6% y en el 2021 esperan crecer al menos un 10%.
- Con la Nacional de Chocolates, se trabajó en el lanzamiento de su nuevo álbum Jet, en el que se tuvo un espacio para un juego tipo “Buscando a Javier” en éste se representó a Colombia y sus regiones con diferentes pistas para que las personas pudieran encontrar todas las experiencias que se pueden realizar en nuestro país. ProColombia se encargó de la idea general e información del juego, y la empresa de la producción de más de 1.000.000 de álbumes vendidos y de los honorarios de Raúl Orozco, uno de los ilustradores más importantes del país, quien realizó el arte.
- En alianza con la empresa Fuera de Serie, se lanzó la colección de camisetas “Pajareando por Colombia”, donde se rinde un homenaje a las más de 1.920 especies que tiene el país con 6 diseños para representar a las regiones de Colombia. Se produjeron 3.600 unidades, 600 por cada referencia y desde el 16 de noviembre, día en el que se lanzó la colección hasta inicios de diciembre, las ventas llegaban a más de COP \$42 millones de pesos (IVA incluido).
- Junto con Jonny Walker y su marca Blue Label se celebró la edición especial de aguas de vida, un tributo a las artesanías de Colombia, en la que se ejecutaron diferentes acciones en redes para su difusión.
- Se trabajó de la mano de Café Matiz en el marco día del oso de anteojos promocionando la edición especial del café inspirada en los cafetales donde se puede encontrar a este animal, con acciones en redes sociales y la participación de algunos de los embajadores de Colombia en el exterior.

Con el objetivo de acercar nuestra Marca País a las personas y tener más visibilidad, se adelanta en el proyecto de generación de ingresos, donde se busca crear colecciones con diferentes empresas aliadas para generar recursos que se puedan reinvertir en acciones que ayuden a promocionar a Colombia Co.

En el 2021, se nombraron cinco Embajadores de Industrias 4.0: Felipe Chávez de Kiwibot, David Vélez de Nubank, Laura Gaviria Halaby de SoftBank, Juan David Aristizabal de ProTalentos y Sebastián Hernández de Superfuds que apoyan las labores para posicionar a Colombia como un destino de grandes emprendimientos y se nombró un colombiano de corazón: Manuel de la Cruz del Banco Santander de España.

Igualmente, Marca País estuvo presente en los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Tokyo, con una activación de Base Camps y se proyectó durante una semana el video de narrativa en el cruce de Shibuya (el cruce de peatones más importante y emblemático de Japón donde transitan alrededor de 44.000 peatones diarios lo que equivale a 308.000 por semana).

En 2021 para la serie web de Destination Colombia, se coordinaron tres viajes con influenciadores: Anna Segovia, Manu Manuti y Mariel de viaje. Los destinos que se promocionaron fueron: Huila, Amazonas, Caño Cristales, Medellín, Guajira y Santa Marta. Los contenidos publicados cuentan con más de 506.253 Impresiones y 31.120 interacciones.

En cuando a la campaña del 20 de julio #YoAlzoMiBandera, alcanzó a 7.300.000 de personas a través de las redes de marca país y un 75.6% de sentiment positivo a pesar de la coyuntura nacional. Se sumaron más de 90 aliados y participaron cinco embajadores de marca país. El plan de medios con influenciadores permitió conseguir 13.000 interacciones y un alcance de 112.000 personas.

En la campaña 'El Encanto de la Navidad está en lo nuestro' se realizó un comercial enfocado a transmitir un mensaje de unión para celebrar juntos desde todas las regiones de Colombia, dándole continuidad al concepto de 2020. Este comercial ha obtenido un total de 2 millones de visitas. Adicionalmente, en medios impresos, se hizo llegar a todos los colombianos el papel de regalo ideal para envolver sus regalos y demostrar que el Encanto de la Navidad está en lo nuestro. Estos avisos contaban con un código QR para que pudieran ingresar al comercial.

Estrategias Transversales de la organización

Con el fin de tener una mayor cobertura y efectividad, durante el 2021 ProColombia inició un proceso de transformación cultural estructural con el objetivo de fortalecer la estrategia y el acompañamiento los empresarios, a través del conocimiento, metodologías y sinergias internas y externas. Es por esto que se ha trabajado el cambio a través del desarrollo de 3 focos transversales:

1. Una transformación digital de punta a punta, para fortalecer a labor de promoción y prestar un servicio moderno y acorde a las circunstancias.
2. Focalización estratégica en los sectores y en los mercados.
3. Una organización volcada al exterior y a las regiones

Con estas tres líneas estratégicas como guía, se creó la primera célula ágil de trabajo, conformada por un equipo multidisciplinario, enfocado en la ejecución de proyectos priorizados que están llevando a ProColombia a un primer nivel en capacidades digitales. Sumado a lo anterior, se creó el equipo de Analítica que tiene como objetivo hacer uso de las nuevas técnicas y herramientas de análisis de datos para darle valor a la información con un enfoque comercial.

De igual forma, para responder de manera más efectiva a las necesidades del mundo actual, la entidad tiene ahora una mirada estratégica en mercados y productos que le permite el diseño y construcción de una estrategia granular, manteniendo mayor foco y profundización en la promoción y la generación de conocimiento en cada mercado, de acuerdo con los atributos de cada producto.

A continuación, se presentan las iniciativas, actividades y resultados obtenidos durante el 2021 en cada uno de los 3 pilares mencionados anteriormente.

Transformación Digital de punta a punta

En 2021, se creó la Célula de Transformación Digital, equipo multidisciplinario con representación de los ejes comerciales, así como las áreas transversales, para liderar el desarrollo del proyecto Matchmaking 24/7/365; una solución pensada desde los asesores, para el tejido empresarial colombiano y extranjero con el fin de:

- Facilitar la concreción de los negocios que facilitan los asesores de ProColombia en su relacionamiento continuo con los empresarios
- Digitalizar la conexión entre oferta nacional y demanda internacional
- Conectar los ejes de Exportación, Inversión y Turismo.

La célula de transformación digital se preparó y se certificó en metodologías ágiles como SCRUM y Design Thinking, con el fin de tener un marco teórico y práctico para el manejo de proyectos de transformación digital. Este conocimiento se está aplicando en el desarrollo e implementación de la solución MATCHMAKING 24/7/365.

Así mismo, se organizaron sesiones de capacitación para transferir este conocimiento a otros equipos de ProColombia.

Adicionalmente, la Célula buscó referenciar buenas prácticas del sector privado sobre la implementación de procesos y proyectos de transformación digital. Se organizaron encuentros con Davivienda, Mercado Libre y Torre (Alexander Torrenegra). De igual manera, trabajó en la consolidación de alianzas estratégicas con el Banco de Desarrollo de América Latina para desarrollar un acuerdo de cooperación técnica enfocado en la implementación del buscador inteligente de la solución Matchmaking 24/7/365. Se realizaron acercamientos con el BID para acceder a sus programas de apoyo.

En paralelo, se definió el alcance de la solución Matchmaking 24/7/365 para Exportaciones y se está trabajando en la integración con Inversión y Turismo. El trabajo con los ejes comerciales se ha enfocado en:

- Exportaciones:
 - Priorización de los productos que entrarán en la primera etapa de implementación de la solución Matchmaking, junto con los equipos sectoriales, para definir la caracterización que permitirá parametrizar la solución de acuerdo con las preferencias de los compradores y la oferta nacional.
 - Validación de los customer journeys con compradores internacionales en sinergia con las oficinas del exterior de ProColombia con el fin de adaptar la solución a las preferencias del mercado.
- Inversión:
 - Priorización de los sectores que entrarán en la primera etapa de implementación de la solución Matchmaking, por mercado, para definir el customer journey y la integración del eje a la plataforma.
- Turismo:
 - Priorización de los productos turísticos que entrarán en la primera etapa de implementación de la solución Matchmaking, junto con los especialistas por producto y mercado, para definir el customer journey y la integración del eje a la plataforma.
 - Sinergias con el portal empresarial de turismo buscando la optimización de recursos y tiempo del ecosistema digital de ProColombia.

Para evolucionar hacia una organización moderna y ágil que utilice la tecnología y mejores prácticas para capitalizar la productividad de los colaboradores, se han tenido sesiones de trabajo con los ejes en la identificación de sinergias con el Matchmaking 24/7/365 y para 2022 se construirá el mapa de ruta para la gestión del cambio hacia la adopción de la transformación digital.

En marzo de 2021 se creó la Coordinación de Analítica cuyo propósito es formular, ejecutar y hacer seguimiento a proyectos basados en ciencia de datos, con el fin de generar valor a las áreas comerciales, generar insights y orientados a la toma de decisiones estratégicas. La Coordinación ha logrado resultados en tres frentes:

- a. Alianzas estratégicas con áreas de analítica de entidades nacionales para fortalecer las capacidades en ciencia de datos internas del equipo a través del desarrollo de soluciones como el análisis de complejidad y proximidad para diversificar las exportaciones, la automatización de consultas recurrentes de información y un aplicativo Web para mejorar la calidad de los datos.



- b. Consolidación de una red de cooperación con entidades del sector comercio para compartir información que elabora cada entidad, transferir conocimiento y de buenas prácticas en analítica y análisis económicos.
- c. Convenio nacional de cooperación con el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia - MinTIC- para desarrollar dos proyectos de analítica, la automatización de pronósticos y el ejercicio de segmentación de empresas.
- d. Contratación de una empresa que apalanque los desarrollos analíticos avanzados para incrementar la productividad apalancando del uso de nuevas técnicas de análisis de información con un claro enfoque en la estrategia y el accionar de la entidad.
- e. Automatización de procesos internos, en donde se destaca el trabajo realizado en la herramienta de procesos internos de contratación- Gestor Pro. En este proyecto, para 2021 se entregaron 3 procesos asociados a la contratación (creación, modificación y terminación de ordenes de servicio); así como la implementación de la Firma electrónica.

En el camino de transformación hacia una organización ágil que promueva y asegure una estructura organizacional flexible, ágil y habilitadora del desarrollo de nuevas soluciones digitales y tecnológicas, se han conformado células ágiles de proyectos, con el fin de evolucionar como organización a sistemas orgánicos, en los que las personas colaboran rápida y eficazmente en torno a tareas y proyectos, a través de fronteras, generando entornos que permitan dar una respuesta ágil a los cambios del entorno.

Así mismo, en el ejercicio de planeación estratégica se hizo latente la necesidad de contar con una gobernanza sobre los proyectos que le apuntan a una transformación digital de punta a punta de ProColombia, con el fin de conducir a la organización a un modelo operativo productivo con foco, fluidez, agilidad y valor a los proyectos e iniciativas ya mapeados, así como a futuras necesidades de innovación.

Para esto, en junio de 2021, se institucionalizó el Comité de Gobernanza de Proyectos de Transformación digital, el cual busca:

- Alinear los proyectos en curso con la estrategia de la entidad
- Evitar duplicidad de iniciativas y fomentar las sinergias
- Garantizar la calidad y pertinencia de los proyectos que se considere ejecutar
- Garantizar la eficiencia presupuestal
- Construir el portafolio de proyectos priorizados de la organización
- Lograr conciliar opiniones desde diferentes perspectivas con respecto a los diferentes proyectos e iniciativas

Con este fin, en 2021, se realizaron 6 sesiones del Comité de Gobernanza, donde se revisaron 11 proyectos e iniciativas a las cuales se les dio asesoramiento y recomendaciones para su refinación y convertirlas en soluciones comerciales ganadoras, alineadas con la estrategia de ProColombia.

Foco Estratégico en sectores y mercados

Durante el 2021 ProColombia diseñó y ejecutó un proceso de transformación que permitió tener un recurso humano en Colombia dedicado a construir conocimiento para los mercados. Como resultado, se rediseñaron productos enfocados en las necesidades de los clientes y se fortalecieron las capacidades para liderar la construcción conjunta de estrategia sectorial y de mercados. Esta transformación impactó las actividades, iniciativas y resultados en los tres ejes misionales de ProColombia como se presenta a continuación:

a. Exportaciones

En 2021, se desarrolló la metodología y construcción de planes sectoriales de exportaciones como un instrumento que guía la estrategia, actividades e indicadores de gestión de este eje.

La estrategia sectorial segmenta los sectores de acuerdo con el potencial que tienen en el corto y largo plazo, para cada mercado, e identifica las acciones en promoción de exportaciones e de inversión para hacerlos más competitivos en el mediano plazo.

Como resultado, se construyeron de manera conjunta 257 combinaciones subsector-mercado asociados a sectores en los que se pueden esperar resultados en el corto plazo. Estas combinaciones contemplan acciones generales y específicas, indicadores y los actores con lo que se va a ejecutar el plan de acción. Para sectores cuyo potencial en un mercado aún necesitaba más información para construir una estrategia, se desarrolló una metodología para explorar el mercado, que contempla el entendimiento de la demanda, a través de análisis estadístico y entrevistas, el nivel de oferta y las macro tendencias.

El potencial de exportaciones actual debe complementarse con la visión de largo plazo. Para esto se han identificado los sectores con mayor crecimiento, los que tienen una alta probabilidad de desarrollarse con las capacidades existentes y las apuestas estratégicas del país. Durante el 2022 se realizarán ejercicios conjuntos de priorización de sectores para poder definir una estrategia en términos de promoción de inversión extranjera que apoye el desarrollo del sector y la promoción de exportaciones para los que ya estén listos.

b. Inversión Extranjera Directa

En el 2021 se trabajaron 3 estrategias principales para el eje de inversión:

- Herramientas de promoción: diseño y construcción de una caja de herramientas de promoción acorde con las necesidades específicas de un inversionista en cada etapa del proceso de toma de decisión de inversión.
- Desarrollo de oportunidades específicas: se construyó una nueva metodología para el desarrollo de oportunidades nuevas y derivadas de los planes sectoriales de exportación, de acuerdo con los motivantes de inversión en el nicho de la oportunidad, la necesidad de los inversionistas, los principales jugadores, las fortalezas de Colombia vs los competidores, entre otros aspectos.

- Herramientas estratégicas: además de las herramientas de promoción sectoriales, se desarrollaron diversas herramientas enfocadas en facilitar la toma de decisiones estratégicas por sectores y mercados. Por ejemplo, en trabajo conjunto con el eje, se desarrolló el Investment Road Map EEUU – Colombia que brinda una guía y hoja de ruta a los inversionistas de este mercado interesados en Colombia resaltando las oportunidades por sectores y el clima de inversión del país. De igual forma se desarrollaron informes de análisis de tendencias de inversión por mercado que permitieran la priorización de sectores y la identificación de empresas en los nichos con mayor oportunidad de Colombia, así como la exploración de nuevos segmentos de mercado.

Para el 2022, continuaremos profundizando sobre las estrategias de friendshoring y sostenibilidad, haciendo énfasis en la construcción de herramientas e información en las oportunidades que mayor transformación y desarrollo exportador generen en Colombia.

c. Turismo

Se trabajó de manera articulada con el eje de turismo desarrollando proyectos que le permitan al equipo y los empresarios tomar decisiones estratégicas a partir de la información generada. El plan de trabajo se basó en focalizar los proyectos de investigación en los mercados clave y productos turísticos prioritarios que tenían mayor incidencia en el proceso de reactivación del sector turismo en el marco de la pandemia. A continuación, se destacan los proyectos gestionados en 2021:

- Informes periódicos: con el fin de brindar información actualizada sobre los datos más relevantes del sector para monitorear el comportamiento de los mercados claves que permitan tomar acciones para contrarrestar los comportamientos negativos y potencializar aquellos mercados crecientes.
- Estudios de segmentación de mercados como modelo potencialidad EEUU para identificar los estados emisores más importantes hacia Latam y Colombia y el estudio de mercado México para segmentar los estados del Norte y Bajío mexicano y entender las preferencias de los viajeros de estas regiones a través de la firma BrainTrust.
- Perfiles de turistas internacionales: este documento muestra las características de los viajeros de los mercados analizados, sus preferencias de viaje, gasto promedio, tendencias, flujos de viaje hacia el mundo y Colombia entre otros aspectos. Este año se construyeron perfiles nuevos como: Emiratos Árabes, Países Nórdicos e Israel; incluyendo un perfil del turista de reuniones post-covid y de largas estadías.
- Perfil del turista colombiano residente en el exterior: a través de encuestas, se identificaron las preferencias de viaje de los colombianos que viven en el exterior, sus intenciones de viaje en el corto plazo, entre otros aspectos. A partir de esta investigación, se diseñaron campañas enfocadas para este segmento de viajeros, los cuales han sido de gran importancia en el proceso de reactivación.
- Construcción de propuestas de valor para atracción de aerolíneas: Sky-, Volaris Colombia, Volaris ruta Costa Rica, Volaris-ruta San Andrés, Sky Airline Chile, AirTransat, BOA - Perú, Edelweiss -Alemania, Iberia-España, Air China- China.

Procolombia Volcada al exterior y a las regiones - Universo Procolombia

I. Cultura

Este pilar guía la transformación de la entidad con el fin de evolucionar cada vez más hacia una organización con mayor sensibilidad a las necesidades de los empresarios en el exterior y las regiones de Colombia y los visitantes no residentes. Con este objetivo, se integró un equipo multidisciplinario para liderar esta iniciativa, conformado por representantes Colombia y el Exterior, que busca:

- Construir una visión compartida y compromiso sobre la importancia de ser más volcados al exterior y a las regiones
- Entendimiento mutuo de las distintas realidades en donde la organización tiene presencia y trabajo
- Fortalecimiento de las habilidades y competencias de todos nuestros equipos para multiplicar su impacto

En el ejercicio de construir una visión compartida, se contrató a la firma consultora ArteUmano con el fin de acordar desde distintos ejes misionales, áreas transversales, mercados y regiones el alcance de esta iniciativa. Para ello, se han realizado talleres que permitan identificar los principales retos en esta materia y finalmente entender las distintas realidades en donde la organización tiene presencia y trabajo. Uno de los resultados es el planteamiento de realizar en 2022 una serie de capacitaciones en traducciones con el fin de alinear los insumos y entregables de ProColombia con estándares internacionales.

En este equipo también se cuenta con un grupo encargado de difundir los principales avances e iniciativas. Se han construido piezas gráficas y videos con el fin de facilitar la comunicación interna y se espera reforzar dicho componente con las iniciativas planteadas para 2022.

Para el año 2022 se hará el lanzamiento oficial del piloto del “Shadowing Virtual”. Método por el cual se busca el intercambio de aprendizajes y experiencias prácticas de las funciones y actividades de las diferentes áreas de ProColombia y de sus colaboradores. Adicionalmente, para los colaboradores que ingresen a ProColombia en el año 2022 se adaptará su inducción institucional incluyendo el concepto Universo ProColombia.

II. Liderazgo, articulación y foco

Con la finalidad de tener una mayor alineación con las oficinas de ProColombia en el exterior y sus mercados, se han liderado productos y metodologías que apuntan a tener mayor foco.

Por ejemplo, se han construido visiones de mercado a 2030, que permiten alinear las acciones con unos objetivos consensuados entre Colombia y los mercados priorizados para la promoción de las exportaciones, la inversión extranjera directa y el turismo internacional. Este año se construyeron y finalizaron 3 visiones 2030 para: Reino Unido, Brasil y Canadá (exportaciones). Así mismo, se está trabajando en la construcción de 5 visiones más: Hub Europa, Hub LATAM, Estados Unidos, México y Canadá (IED y turismo). Se espera contar con 9 visiones a 2030 estructuradas y puestas en marcha, antes de Agosto del 2022.

Otros temas

CO-nectados

El 31 de enero de 2019, con el acompañamiento del Presidente de la República, Iván Duque Márquez, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Ministerio de Relaciones Exteriores, y ProColombia, se lanzó la estrategia CO-nectados.

Esta iniciativa busca mejorar el posicionamiento de Colombia en el exterior como gran exportador de bienes y servicios, destino atractivo de inversión extranjera directa y receptor de viajeros internacionales, bajo nuestra Marca País, aportando así al cumplimiento de los ambiciosos objetivos trazados por el Gobierno Nacional.

Con CO-nectados, se estableció una hoja de ruta que ha permitido impulsar y armonizar el trabajo sinérgico entre las oficinas de ProColombia en el exterior y el equipo de las Embajadas de Colombia en el mundo, contribuyendo a la obtención de resultados tangibles en inversión, más acceso a productos, exportaciones, menos travel warning, promoción de turismo y al mejor posicionamiento de Colombia en el exterior.

Desde el 2019, se ha llevado a cabo un trabajo articulado con las embajadas, se han formulado 39 planes conjunto y se tienen avances: las embajadas han acompañado a ProColombia en más de 612 actividades comerciales en 47 países que han permitido generar expectativas de negocio de exportaciones por US\$482 millones y en inversión por US\$680 millones.

Adicionalmente, se han sostenido 1.500 reuniones con empresarios, gremios y autoridades de 54 países, gracias a lo cual, en inversión extranjera, se han generado 109 oportunidades por un valor estimado en US\$1.411 millones. En el 2021, de acuerdo con la información de los empresarios, han iniciado proyectos de inversión por valor estimado en US\$247,9 millones.

En la estrategia de importación de exportadoras o friendshoring, son 145 inversionistas de 31 países con los que se han tenido reuniones conjuntas, en las que se han generado 33 oportunidades en 11 países. En 2021, de acuerdo con información de los inversionistas iniciaron cuatro proyectos por valor estimado de US\$231,3 millones y resultados enunciados anteriormente.

Con el fin de aprovechar las herramientas tecnológicas y el trabajo con el cuerpo diplomático de Colombia en el mundo, en el 2020 se avanzó en una segunda fase de CO-nectados. Se creó una nueva Landing Page, para albergar contenido estratégico y novedoso y en octubre de ese año 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. Por el éxito que se tuvo, se ha continuado con la dinámica, desde el lanzamiento de “ProColombia Time to Talk” se han construido 13 talkshows y 11 podcasts con 21 embajadas que abordaron igual número de temáticas estratégicas.

En total, se han generado más de 13.500 sesiones con más de 10.800 usuarios registrados en más de 99 países del mundo.

Comunicaciones

Durante el 2021 con el objetivo de fortalecer el posicionamiento internacional de Colombia como destino ideal de negocios y turismo, y acompañar la gestión de promoción de ProColombia se ha buscado afianzar el relacionamiento con medios nacionales e internacionales, así como dinamizar la comunicación de ProColombia con los empresarios.

Los resultados de este trabajo fueron muy superiores a lo previsto. En términos de comunicación internacional el free press alcanzó \$340.780 millones de pesos, es decir un 40% más comparado con igual periodo del año anterior. Este incremento responde a una estrategia focalizada y segmentada por mercados y medios Tier 1 y especializados, a la realización de press trips, las alianzas de contenido editorial y al trabajo articulado con Presidencia de la República, Cancillería y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para aprovechar momentos de comunicación como las visitas de Estado y Oficiales, la participación de Colombia en Expo Dubái y en la Feria del Libro de Madrid, entre otros.

En términos de comunicación nacional, entre enero y diciembre de 2021 se alcanzó un free press de \$100,400 millones de pesos, lo que corresponde a un aumento del 50% frente al 2020. También se publicaron un total de 53 columnas, 26 en medios regionales y 27 en medios nacionales. Un trabajo constante y oportuno con los medios y sus periodistas, tanto nacionales como regionales, nos permitió consolidarnos como fuente de información de valor y de buenas noticias.

En cuanto a comunicación empresarial, se entregaron 81 newsletters con información relevante para el proceso de internacionalización de nuestras empresas y para la expansión de los proyectos inversionistas. Además, 112 artículos fueron publicados en medios gremiales colombianos.



Cooperación Internacional y Nacional

Durante el año 2021, ProColombia apalancó recursos de cooperación, internacional y nacional, por \$10,991 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; Unión Europea; International Trade Centre; USAID; KATECH; SES de Alemania; TICA de Tailandia; Cowater International y entidades nacionales como INNpulsa; Secretaría Distrital de Desarrollo Económico de Bogotá; Ministerio de Agricultura; Ministerio de Ambiente; Gobernación de Cundinamarca; Gobernación del Valle del Cauca; Agencia Presidencial de Cooperación Internacional de Colombia -APC; y el Ministerio de Cultura entre otros.

Con recursos de cooperación se realizaron un total de 6 misiones de Asistencia Técnica presenciales y/o virtuales con expertos internacionales, con el objetivo de potenciar la competitividad internacional de las empresas colombianas y fortalecer las capacidades técnicas. A través de más de 19 proyectos presentados, se beneficiaron más de 1,000 empresas en todo el territorio colombiano.

En fortalecimiento del Talento Humano de ProColombia, se realizaron 10 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 cinco delegaciones de Turquía, Ecuador, Costa Rica, Guatemala y Cuba.

Durante el 2021, se gestionaron proyectos claves alineados con las prioridades del Gobierno Nacional. En ese sentido, desde la Dirección se priorizaron proyectos y acciones enfocadas en género y jóvenes, reconociendo la importancia de estos grupos poblacionales para el crecimiento económico del país. De igual manera, es importante mencionar que parte de los recursos de cooperación fueron claves para el apoyo de actividades estratégicas como lo son el Colombia Investment Summit 2021; Expo Dubái y las Macrorruedas que se realizaron durante el año.

Alianzas

Lideramos las instancias de promoción conjunta en el marco de las presidencias pro tempore de la Alianza del Pacífico y la Comunidad Andina, potencializando el aprovechamiento de estos mecanismos mediante la estructuración y el desarrollo de Hojas de ruta que incluyeron pilares de trabajo contemplados por primera vez: compras públicas, comercio electrónico, comercio de servicios, entre otros, sentando un precedente en la coordinación proactiva y estratégica de ambos grupos de trabajo y contribuyendo a la reactivación económica de la región. A su vez, se fortaleció la estrategia de aprovechamiento del Foro Económico Mundial, involucrando de manera transversal a las distintas áreas de la entidad, con el fin de potencializar la participación en esta importante plataforma para la promoción país.

Alianza del Pacífico:

Para el 2021, se lideró el plan de trabajo del Grupo Técnico de Agencias de Promoción de la Alianza del Pacífico. A continuación, un resumen de las principales actividades desarrolladas en conjunto con las entidades pares del bloque en el 2021:

• Exportaciones:

- Se llevó a cabo la **IX Macrorrueda de Negocios de la Alianza del Pacífico**, entre agosto y septiembre a través de 3 ruedas de negocio virtuales:
 - **E-rueda Asia y Oceanía.** Entre el 17 y el 19 de agosto, se realizó la rueda de negocios virtual de la Alianza del Pacífico enfocada a los mercados de Asia y Oceanía, en la que 113 empresas exportadoras de los países de la Alianza (33 empresas colombianas) tuvieron la oportunidad de reunirse con 68 compradores de 10 países (Australia, China, Corea del Sur, Emiratos Árabes Unidos, India, Indonesia, Japón, Malasia, Singapur y Vietnam), alcanzando ventas spot por US\$574.000 y expectativas de negocio por US\$3.412.015 para las empresas colombianas. Esta actividad estuvo dirigida a la cadena de agroalimentos.



- **E-rueda Europa.** Del 21 al 23 de septiembre, se realizó la rueda de negocios virtual de la Alianza del Pacífico enfocada a los mercados de Europa, en la que 69 empresas exportadoras de los países de la Alianza (21 empresas colombianas) tuvieron la oportunidad de reunirse con 34 compradores de 11 países (Alemania, Azerbaiyán, Bélgica, España, Francia, Italia, Noruega, Países Bajos, Reino Unido, Rusia y Turquía), alcanzando ventas spot por US\$213.004 y expectativas de negocio por US\$1.348.037 para las empresas colombianas. Esta actividad estuvo dirigida a la cadena de agroalimentos.
- **E-rueda Intra-Alianza y Canadá.** Entre 21 al 23 de septiembre, se llevó a cabo la rueda de negocios virtual de la Alianza del Pacífico enfocada a los mercados del bloque y Canadá en la que 69 empresas exportadoras de los países de la Alianza (31 empresas colombianas) tuvieron la oportunidad de reunirse con 33 compradores de los 4 países del bloque y de Canadá, alcanzando ventas spot por US\$3.011 y

expectativas de negocio por US\$3.076.032 para las empresas colombianas. Esta actividad estuvo dirigida a los sectores de agroalimentos, manufacturas y bienes de consumo.

- **IX Foro de Emprendimiento e Innovación de la Alianza del Pacífico – LAB4+.** Esta edición del LAB4+ se realizó en el mes de julio en formato virtual y, además de los tres componentes tradicionales (jornada académica, rueda de negocios y rueda de pitch) contó con un programa de entrenamiento previo para los exportadores y startups participantes. Para el desarrollo de la actividad de promoción, se priorizaron las siguientes subcategorías de servicios: Fintech, HealthTech, AgriTech, EdTech, Internet de las Cosas, Inteligencia Artificial, Blockchain, VR/AR y ciberseguridad.
 - **Rueda de negocios.** La rueda de negocios en el marco de LAB4 contó con la participación de 50 empresas exportadoras de servicios del bloque (17 empresas colombianas), así como 25 compradores de 7 países (Canadá, Chile, Colombia, Costa Rica, Estados Unidos, México y Perú). Como resultado de la rueda de negocios se reportaron expectativas de negocio por US\$1,4 millones para los exportadores colombianos incluyendo US\$505.005 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. Este componente contó con la participación de 37 startups de los cuatro países de la Alianza (9 startups de Colombia) con 25 inversionistas de 8 países (Argentina, Canadá, Chile, Corea del Sur, Estados Unidos, México, Perú y Puerto Rico). La encuesta realizada al terminar la actividad indicó que los inversionistas estarían dispuestos a invertir un total estimado de US\$17.3 millones en los startups de Colombia.



- Se llevó a cabo el **I Networking de Proveedoría de Compras Públicas en la AP**, actividad que buscó fortalecer el aprovechamiento de este canal a través de la capacitación de los empresarios del bloque en las plataformas digitales de contratación estatal y las oportunidades que ofrece este canal para las empresas exportadoras de la AP.

- A su vez, y por primera vez, se impulsó el aprovechamiento del canal del comercio electrónico a través del **Programa de potencialidad para el ingreso a marketplaces en China**, en el que se acompañó, de la mano de expertos a más de 20 empresas del bloque (5 de Colombia) que buscan incursionar en el e-commerce en el mercado chino.
- **Inversión:**
 - **Foro de oportunidades de inversión “Una Conversación con la Alianza del Pacífico” en el marco de la Asamblea General de las Naciones Unidas.** El 22 de septiembre se llevó a cabo la octava edición de esta actividad con el apoyo del Americas Society / Council of the Americas (AS/COA) como aliado para esta versión. El foro contó con la participación de cinco autoridades de gobierno del bloque y más de 3.000 conectados entre líderes empresariales, medios de comunicación y público en general que conoció de primera mano, los principales logros alcanzados por la AP y los beneficios que ofrece el bloque como plataforma para la cobertura regional de mercados.
 - Se desarrolló el **Portafolio de oportunidades de inversión en infraestructura**, herramienta que busca posicionar a la Alianza del Pacífico como destino atractivo de inversión mediante la promoción de 16 proyectos de inversión en infraestructura (4 por cada país), facilitando la consulta de oportunidades de inversión del bloque por parte de inversionistas de todo el mundo. A su vez, entre noviembre y diciembre se realizaron tres seminarios virtuales (Australia, Corea del Sur y Singapur) y uno presencial (China) para la difusión de esta herramienta con la participación de más 260 asistentes de los mercados priorizados.
- **Turismo:**
 - **VII Macrorrueda de Turismo de la Alianza del Pacífico.** Esta versión fue realizada del 31 de agosto al 3 de septiembre y estuvo dirigida a los mercados intra-Alianza, Argentina, Brasil, Canadá y Estados Unidos (estos últimos dos con enfoque en el viajero chino). Se priorizaron los siguientes sectores y subsectores: cultura, LGBT, lujo, naturaleza y aventura y reuniones.
 - **Rueda de negocios:** contó con la participación de 120 empresas receptoras del bloque de las cuales 34 fueron empresas colombianas (28%) y 70 compradores de los mercados invitados. Se llevaron a cabo 1.284 citas de negocio de las cuales 460 fueron para empresas receptoras colombianas (32%) reportando USD \$ 5 millones de expectativas, representando el 39% de las expectativas totales de la actividad (USD \$ 12.9 millones).
 - **Agenda académica:** la agenda académica en el marco de la VII MCR de Turismo alcanzó más de 250 conectados en total. Se llevó a cabo la inauguración que contó con la participación de las autoridades de promoción de turismo de los cuatro países e incluyó una conferencia de Christian Byfield, viajero experto colombiano. Por otro lado, se llevaron a cabo tres sesiones de temas relevantes para la reactivación de la industria como el emprendimiento femenino, turismo comunitario y mega tendencias de la industria global de reuniones.
 - **Gestión de difusión y promoción de los destinos AP:** en el marco del trabajo con el conferencista principal de la actividad, Christian Byfield, se complementó el alcance de la actividad con dos

publicaciones en sus redes sociales con el fin de promocionar los destinos del bloque de cara al público final. En conjunto, estas publicaciones alcanzaron un total de 66.400 personas.

- **Campaña de promoción conjunta:** tras la aprobación en 2020 de US\$200.000 por el fondo de Cooperación de la Alianza del Pacífico para la creación de una campaña de promoción conjunta dirigida al público final, bajo el liderazgo de ProColombia en 2021, se contrató una agencia de publicidad para implementar el proyecto y se avanzó con el levantamiento de información y material audiovisual de los cuatro países, así como en la primera aproximación al concepto creativo central de la campaña. Se espera implementar esta campaña en 2022 de acuerdo con las fases de reactivación del turismo regional.
- **Turismo de Reuniones:** por primera vez se trabajó de manera proactiva el turismo de reuniones en el marco del Grupo Técnico de Agencias de Promoción de la Alianza del Pacífico. Bajo el liderazgo de ProColombia, puntualmente se realizaron las siguientes acciones:
 - Metodología para la captación conjunta de eventos: se construyó y adoptó una metodología de captación conjunta de eventos entre los cuatro países de la Alianza que establece un paso a paso en el que las entidades de promoción del bloque puedan compartir información, know how y buenas prácticas para la captación de eventos ya sea de manera conjunta (al menos dos países) y/o la rotación de eventos, al igual que sienta las bases para generar un acuerdo de apoyo mutuo entre los países de la AP en la captación de eventos a nivel internacional.
 - Presentación conjunta oferta industria de reuniones: se levantó y construyó una herramienta de promoción que consolida la oferta de industria de reuniones del bloque con el fin de poder capacitar a las empresas de la industria de los cuatro países sobre el gran potencial del bloque para la captación de eventos.
- **Exploración nuevo tercer mercado potencial y continuación de la promoción conjunta en China como tercer mercado priorizado:** Se realizó un ejercicio de exploración de la potencialidad de un nuevo tercer mercado para realizar promoción conjunta como bloque. Asimismo, se reanudaron los esfuerzos de la promoción conjunta en el mercado chino como tercer mercado priorizado del bloque. Lo anterior a través de la propuesta de una investigación de mercado y la construcción de unas narrativas turísticas acordes a las nuevas tendencias de consumo y al nuevo perfil del turista chino que se espera ejecutar en 2022 de acuerdo con las fases de reactivación del turismo de larga distancia.

Comunidad Andina:

Para el 2021, se lideró la hoja de ruta del Comité Andino de Autoridades de Promoción de Exportaciones – CAAPE, realizando actividades comerciales y de formación en materia de exportaciones para el empresariado. A continuación, un resumen de las actividades desarrolladas en conjunto con las entidades pares del bloque en el 2021:

- **X Encuentro Empresarial Andino.** Para la décima edición de esta actividad, ProColombia replanteó el formato del Encuentro mediante una estrategia focalizada hacia el canal retail para la dinamización de la proveeduría intraCAN. El nuevo formato estuvo enfocado a las cadenas de agroalimentos, metalmecánica



y otras industrias, sistema moda y químicos y ciencias de la vida y contempló 3 componentes desarrollados de manera virtual:

- Programa de preparación comercial (18 – 28 de mayo). Jornada de capacitación en la que 80 empresas exportadoras del bloque (24 colombianas) recibieron un acompañamiento personalizado de la mano de consultores especializados para la elaboración y presentación de su discurso de venta comercial.
- Sesiones de pitch de negocios (2 de junio). Espacios en los que 70 exportadores de los 4 países (24 colombianas) presentaron su discurso comercial y oferta exportable ante 34 compradores de los países bloque (Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú).
- Rueda de negocios (4 de junio). Jornada comercial en el que las empresas exportadoras colombianas alcanzaron expectativas de negocio por US\$1.6 millones.
- Se desarrollaron las **Guías de Compras Públicas y Comercio de Servicios de la Comunidad Andina**, herramienta para potenciar el primer acercamiento de las empresas del bloque al aprovechamiento del canal de compras públicas y la inmersión a la exportación de servicios hacia los mercados de la Comunidad Andina. A su vez, el 23 de junio se llevó a cabo el webinar de lanzamiento de ambas guías, alcanzando más de 130 conexiones.

Asociación Latinoamérica de Integración – ALADI:

- **Expo ALADI 2021:** La octava edición de Expo ALADI, organizada por la Secretaría General de ALADI, se desarrolló del 26 al 29 de octubre de 2021 de manera virtual. Según la Secretaría General, la rueda de negocios multisectorial contó con la participación de 210 empresas exportadoras (30 empresas colombianas) que llevaron a cabo citas de negocio con compradores de 14 países (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Costa Rica, Cuba, Ecuador, Guatemala, México, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela). Según mediciones de ALADI, las empresas colombianas alcanzaron expectativas de negocio por US\$74.005.

Foro Económico Mundial – WEF:

- **The Davos Agenda:** debido a la coyuntura sanitaria, el WEF migró su Reunión Anual en Davos a un formato virtual del 18 al 21 de enero. En el marco de este encuentro, los directivos de ProColombia llevaron a cabo 3 reuniones 1 a 1 con inversionistas de alto nivel (Microsoft, Xiaomi y Koç Holding).
- **Country Strategy Dialogue on Colombia - CSD:** el Foro Económico Mundial, en conjunto con Presidencia de la República y con el apoyo de ProColombia realizó el CSD Colombia, sesión virtual que se llevó a cabo el 27 de octubre de 2021 en la que el Presidente Duque y otras autoridades del Gobierno de Colombia presentaron la estrategia de atracción de inversión extranjera del país y las prioridades del gobierno nacional en materia de reactivación económica ante más de 40 CEOs y líderes empresariales de todo el mundo.

Herramientas digitales y páginas especializadas

ProColombia continúa ofreciendo un portafolio de servicios digitales y herramientas diseñados de acuerdo con las necesidades de sus clientes, varios de los cuales han sido enunciados anteriormente.

Cuenta con información online disponible para todos los clientes de la entidad. 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. Durante 2021 y continuando con la estrategia de contenidos y mejoras constantes, se alcanzaron 1.323.483 sesiones con un crecimiento del 23% con respecto al año 2020.
- **www.investincolombia.com.co**: En 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 2020. En 2021, se trabaja en los módulos de sectores priorizados por mercado y el de cifras de interés, además de mejoras continuas y optimizaciones SEO para el portal de inversión, que alcanzó un total de 379.765 sesiones, incrementando las sesiones internacionales hacia el portal en inglés con un crecimiento del 10% con respecto al año 2020.
- **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>). En 2021, la página llegó a más de 3,9 millones de sesiones, un incremento del 21,6% con respecto a 2020.

Fortalecimiento Institucional

ProColombia tiene un plan específico alineado estratégicamente:

Recursos Humanos

Durante el año 2021, 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 2021, 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 con participación activa en comités y espacios mensuales con los equipos de las oficinas para discutir temas de Talento Humano.

Algunas de las acciones adelantadas durante el año fueron:

- **Regreso seguro a la oficina:** se realizó un plan estructurado que contó con un proceso de sensibilización, capacitación y campañas de comunicación para incentivar un regreso a la oficina seguro y con el equipo motivado. En este momento el equipo está en una fase inicial asistiendo dos días a la oficina y trabajando tres días desde casa. Posteriormente, tendremos una segunda fase donde aumentaremos el número de días de asistencia a la oficina.

- Para este regreso de implementaron estudios de bioseguridad, estudio de aforos y recomendaciones de la ARL que permitieron el regreso seguro.
- **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 2021, 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:

- Celebración del día internacional de la felicidad: se realizó la charla Happiness is Possible con Ana María Pelaez, experta y entrenadora en felicidad corporativa.
 - 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 200 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 2022.
- **Celebración Fechas especiales:**
 - **Día de la Mujer:** Todas las mujeres del equipo ProColombia recibieron una tarjeta virtual felicitándolas en su día especial y se realizó una clase de repostería donde las mujeres aprendieron a preparar una barca de chocolate.
 - **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 envió a las casas de las colaboradoras una mata de suculenta y se realizó una charla sobre el poder de la mujer con Antonina Canal.
 - **Día del Padre:** Se realizó envío de una tarjeta virtual a todos los padres ProColombia felicitándolos en su día. También se enviaron ingredientes para cocinar una pizza en familia a las casas de los padres de ProColombia.

- **Amor y Amistad:** Para celebrar amor y amistad, se lanzó la campaña #ReencuentrosProColombia, en la que todos los funcionarios de ProColombia podían publicar en Yammer fotos con sus compañeros de trabajo luego del confinamiento. Y se realizó un concurso de trivia en el cual se entregaron premios a los ganadores.
- **Acción de Gracias:** Se realizó una sencilla ceremonia de agradecimiento y reflexión con el equipo de Estados Unidos.
- **Navidad:** Para celebrar Navidad, en el año 2021 se realizó la tradicional Novena ProColombia en formato virtual con todo el equipo incluyendo Bogotá, Oficinas Regionales y Oficinas Comerciales. Durante el evento, se rezó la novena con la participación de los hijos de funcionarios ProColombia, se compartieron videos con los mejores momentos del 2021 y los deseos de navidad de los niños de ProColombia.
- Se realizó un evento presencial para los niños de Bogotá, donde las familias ProColombia compartieron un espacio de integración.

- **Semana Virtual de la Salud:** Pensando en el bienestar y salud del equipo ProColombia, se realizó la Semana de la Salud ProColombia. El formato del evento fue virtual y contó con actividades como: charla Mindfoodness – Alimentación Consciente, clase de stretching básico, charla de gestión del estrés, clase de pilates en vivo, dos clases de rumba en vivo, ludopausas presenciales y clase de meditación.

- **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 sobre intereses de bienestar, encuesta Great Place to Work y Comité de la Felicidad, entre otros) en 2021 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 la integración continua y el fortalecimiento de los equipos.

- **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.

Estrellas ProColombia:

- Durante 2021 se fortaleció la cultura del reconocimiento en ProColombia a través del programa Estrellas ProColombia donde se realizaron tres eventos de reconocimiento en los cuales el equipo postula a sus candidatos y vota para elegir a los ganadores de cada trimestre.
- Las categorías de los reconocimientos fueron: Foco, Articulación y Trabajo en Equipo, Seguimiento y Resultados, Liderazgo Amable y Efectivo, Comunicaciones y Contribución al Ambiente Laboral.
- Durante el 2021 fueron reconocidas 21 personas del equipo de Bogotá, oficinas comerciales y oficinas regionales.
- El 1 de diciembre del año 2021 se realizó la premiación híbrida (virtual-presencial) de los Reconocimientos ProColombia 2021. El evento contó con la participación de todo el equipo ProColombia, ya que estuvieron más de 500 funcionarios conectados en vivo.
- **Comunicaciones internas:**
 - **Estrategia ProColombia:** durante el año 2021 se realizaron 6 sesiones de divulgación donde los diferentes equipos de la organización compartieron su estrategia con el equipo de ProColombia.
 - En el último evento de presentación de resultados estratégicos la presidenta realizó un espacio con los jóvenes de la organización quienes compartieron detalles importantes sobre los logros de sus áreas y sus experiencias en ProColombia.
 - **Comunicados Internos:** Se enviaron más de 400 comunicados con temas de interés para la Organización, enfocados en mantener informado al equipo tanto de temas de negocio, como de bienvenidas, fechas especiales, plan retorno a la oficina, entre otros.
 - **ProColombia Weekly:** Se enviaron alrededor de 48 comunicaciones semanales sobre las actividades y estrategias implementadas por los diferentes equipos de la organización para contribuir al logro de la estrategia.
 - **Creciendo Juntos con el País:** a través de nuestra marca empleadora se logró posicionar acciones de Talento Humano enfocadas en reforzar la hospitalidad al momento de la llegada a ProColombia como mensajes de bienvenida, programa de padrinos Partners ProColombia, entre otros. Adicionalmente, se lanzó el portal de Talento ProColombia en LinkedIn que cuenta con más de 4.900 seguidores.
 - **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 Juan David Aristizábal (Embajador de Marca País) y Faryd Mondragón, entre otros.

- **Crecimiento y desarrollo:** En 2021 se presentaron 29 promociones de personas al interior de la organización.
- **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:

- Durante los dos semestres de 2021, ProColombia recibió más de 500 solicitudes de aplicación para prácticas, donde fueron elegidos a 87 practicantes.
 - Como innovación en este programa, los practicantes están realizando proyectos innovadores que agreguen valor a las áreas donde trabajan y se realizaron diferentes capacitaciones para los practicantes buscando agregar valor a su proceso de práctica.
 - Adicionalmente, se creó el Comité de Practicantes, buscando generar acciones de integración y bienestar enfocadas en este equipo, con apoyo de este comité se realizaron desayunos de integración, procesos de formación y el Proximity Challenge.
- **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.

Durante el mes de enero de 2022 se realizará la evaluación de cierre de los equipos por parte de los líderes.

- **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.

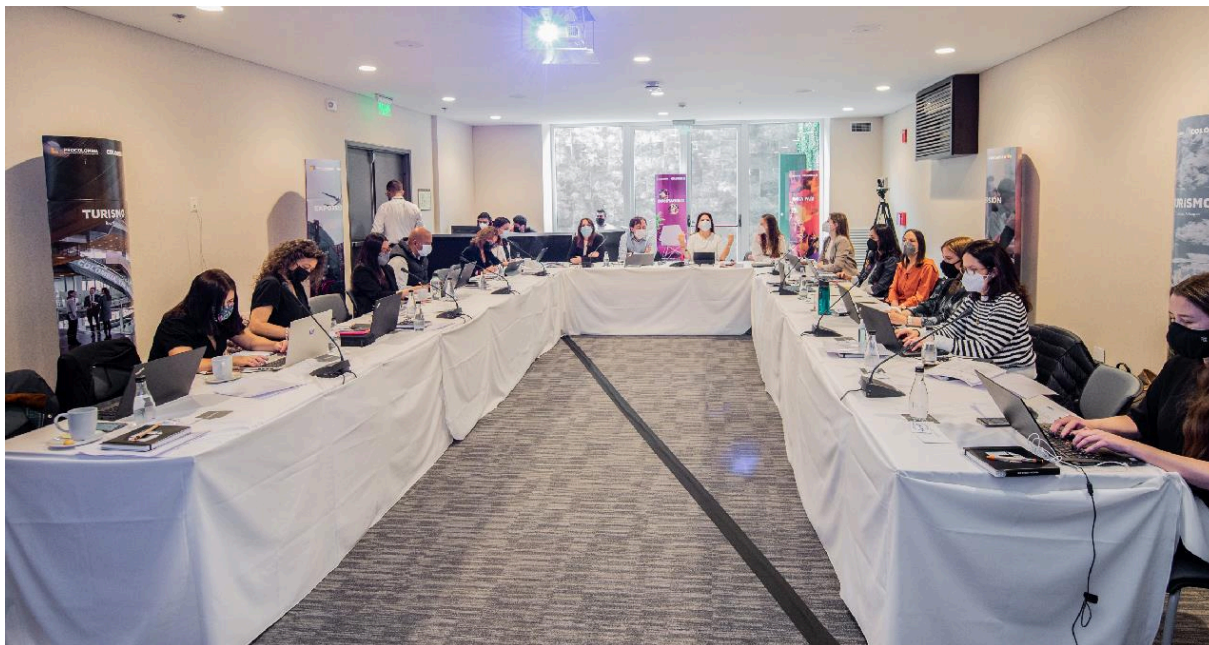
Actividades realizadas:

- **Universidad corporativa:** En cooperación de las diferentes áreas de la organización como Estrategia Internacional e Innovación, Exportaciones, Inversión, Turismo, Cooperación y Convenios y Tecnología, se fortaleció la universidad corporativa de ProColombia, logrando crear más de 10 módulos de capacitación dirigidos a oficinas comerciales, regionales y Bogotá.
- **Programa de Liderazgo:** Se desarrolló un programa el programa de fortalecimiento de habilidades blandas LiderazGO donde los colaboradores asistieron a capacitaciones sobre inteligencia emocional, innovación, inteligencia relacional, pensamiento estratégico, cooperación inteligente, manejo de la incertidumbre, flexibilidad y adaptabilidad, alcanzando una población de más de 250 colaboradores de todos los niveles.

- **Auxilios Educativos:** Se otorgaron 31 auxilios educativos a funcionarios de diferentes áreas de ProColombia para estudios de pregrado, postgrado e idiomas por un valor superior a \$50 millones de pesos.
- **Great Place to Work:** Se desarrollaron alrededor de 15 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. La encuesta contó con una participación del 95% de los colaboradores.
- **Inducción Corporativa:** Se mantuvo el esquema de la inducción corporativa, el cual está compuesto por tres fases: Inducción virtual, Inducción corporativa general virtual 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 2021, se abordaron cerca de 20 inducciones para el equipo de ProColombia.

Direccionamiento estratégico

A inicios del 2021 ProColombia adelantó la planeación estratégica con el acompañamiento de McKinsey. Se adelantó este proceso con el objetivo de seguir contribuyendo con la reactivación segura de la economía y actualizar la estrategia para responder a las nuevas circunstancias. Las reglas del juego cambiaron y por ello era primordial buscar mecanismos para aprovechar las oportunidades derivadas de esta coyuntura excepcional. Se tuvieron en cuenta diferentes escenarios de acuerdo con la recuperación económica y a la contención de la



propagación del Covid 19.

De modo que fue necesario analizar posibles cambios en los mercados y contemplar distintos escenarios, siempre con un propósito muy claro: ratificar el papel de ProColombia como ese banco de buenas noticias para el país, a través de la consolidación de los legados de la organización y del logro de los objetivos de esta.

Para ese fin, ha sido indispensable ejecutar dos principios clave para el desarrollo misional de ProColombia: planeación e innovación.

Decisiones basadas en el pensamiento estratégico

La Vicepresidencia de Planeación de ProColombia ha sido el área encargada de acompañar los ejercicios de toma de decisiones al interior de la entidad de manera innovadora y estratégica. Sus tareas más destacadas han tenido impacto en los planes y metas de la organización.

A mediados del 2020, se acompañó al Ministerio de Comercio Industria y Turismo en la definición del Plan de Reactivación. Así mismo, nuestras vicepresidencias revisaron sus estrategias para adaptarlas a la situación generada por la pandemia, aprovechar las oportunidades y, en el caso del turismo, generar un plan de recuperación.

Para la planeación del 2021, como lo enunciamos se realizó un ejercicio para refinar la estrategia de la entidad frente a la coyuntura y así continuar contribuyendo a la reactivación segura de la economía, respondiendo a las nuevas dinámicas internacionales y de acuerdo con diferentes escenarios de recuperación.

Se plantearon estrategias específicas enfocadas en:

- Capturar y aprovechar las nuevas oportunidades de inversión.
- Priorizar nuestro trabajo para crecer más en exportaciones.
- Reactivar y recuperar el sector turismo.

Adicionalmente, se definieron tres estrategias transversales que permiten continuar en la senda de crecimiento y lograr un mayor impacto. Estas apuestas están encaminadas a:

- Una transformación digital de punta a punta, para fortalecer nuestra labor de promoción y prestar un servicio moderno y a la altura de las circunstancias.
- Lograr un mayor foco estratégico en los sectores y en los mercados priorizados, que ofrecen mayores posibilidades de crecimiento.
- Y ser una organización volcada al exterior y a las regiones, interiorizando y diseñando estrategias adecuadas a las particularidades culturales y económicas.

En paralelo se ha hecho seguimiento a las nuevas estrategias de reactivación y ha aportado datos para facilitar la toma de decisiones, la priorización de la atención, de acuerdo con las características del mercado y cubrimiento.

En este sentido, se realizaron análisis estratégicos como por ejemplo el que tiene que ver con los resultados por estados en Estados Unidos, el análisis del mapa de oportunidades de inversión extranjera generadas por el equipo de Colombia, la participación de empresarios y generación de oportunidades en las actividades comerciales, en especial en las macrorruedas y ruedas de negocio, y la identificación de cobertura de las agencias de viajes en el exterior, entre otros.

Adicionalmente, se ha robustecido y ejecutado el Plan Estratégico de Tecnología, orientado hacia la transformación y la cultura digital de la organización. Así mismo, se han potenciado las capacidades tecnológicas disponibles, lo que ha permitido dar continuidad ininterrumpida al trabajo de los funcionarios. Los logros principales de este plan son los siguientes:

- Se rediseñaron y fortalecieron los servicios de tecnología que soportan actividades de promoción realizadas virtualmente.
- Se realizó la automatización y digitalización de procesos internos para reducir tiempos operativos.
- Se incorporaron servicios de arquitectura tecnológica, gestión de proyectos y mejoras en los contratos de soluciones tecnológicas.
- Se continuó utilizando la automatización del agendamiento virtual para las macrorruedas, buena práctica que se implementó en el fin de semana siguiente en que se define el aislamiento para continuar con la macrorrueda virtual 80 desarrollada la semana siguiente.

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:

- **Curso “ABC de la Innovación”** – En 2021, ProColombia en conjunto con Connect Bogotá Región se desarrolló un curso de formación en Innovación, cuyo objetivo es generar competencias y habilidades en la organización, para el desarrollo de productos o servicios innovadores alineados a la estrategia de la entidad. Lo anterior, como parte del proceso del modelo de innovación de ProColombia que se surtió durante el 2020 para permitir que la innovación sea sistemática y con un balance entre la visión estratégica y el hacer de la entidad.

El lanzamiento del curso se hizo en el marco del programa de formación LiderazGO liderado desde RRHH el cual buscó el fortalecimiento de habilidades blandas como herramientas de liderazgo estratégico para el crecimiento integral del equipo ProColombia. En el mes de septiembre, se dio inicio al curso ABC de la Innovación en el cual tenemos 81 funcionarios participando del mismo, para transferir conocimiento práctico sobre innovación, con el fin de generar competencias, habilidades y destrezas en los participantes.

- **Reto de Innovación** – Este año se lanzó un Reto de Innovación abierta dentro de la organización con el fin de apalancarnos en el conocimiento de los funcionarios para potenciar la innovación, donde participaron 28 personas en 7 equipos.
- **Facilitación de talleres** – ProColombia continúa 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 2021 se realizaron 3 talleres de co-creación con áreas internas como Mercadeo, la VP de Turismo y la Gerencia de Industrias 4.0.

- **Adopción de metodologías ágiles** – Como se enunció en las estrategias transversales, este año se promovió la evolución de la organización a la adopción de sistemas orgánicos, en los que las personas colaboran rápida y eficazmente en torno a tareas y proyectos, a través de fronteras, generando entornos que permitan dar una respuesta ágil a los cambios del entorno. En este sentido se generaron varios proyectos como (i) la construcción de los planes sectoriales y (ii) la confirmación de la célula digital como programas construidos a partir de metodologías de innovación con metodologías ágiles.
En el proceso se surtieron espacios de capacitación donde se generaron capacidades y habilidades a 28 funcionarios de la entidad en temas relacionados con: Design Thinking y el marco de trabajo SCRUM.
Así mismo, en la construcción de los planes sectoriales 2021 que se hicieron a partir de metodologías de innovación donde se tuvo la participación de los asesores comerciales tanto de los ejes, como de las oficinas comerciales, con una participación de 40 funcionarios.
- **Gobernanza para la transformación digital** – como fue comentado, como parte del proceso de la definición de la Estrategia y ruta de Innovación, en el mes de junio se hizo la activación del Comité de Gobernanza de proyectos de transformación digital. Este comité tiene la responsabilidad de dar foco y visión a ProColombia, a través de la identificación de los proyectos e iniciativas basados en tecnologías digitales, la generación de sinergias entre los mismos y la medición de impacto a través de sesiones periódicas para decidir sobre los mismos. Se realizaron 6 sesiones del Comité, donde se revisaron 11 proyectos e iniciativas, lideradas por los funcionarios de la entidad, a las cuales se les dio asesoramiento y recomendaciones para su refinación y convertirlas en soluciones comerciales ganadoras, alineadas con la estrategia de ProColombia.

Gestión de conocimiento

- **Biblioteca ProColombia y Ruta de Valor** – Se hizo el lanzamiento de la Biblioteca ProColombia, una herramienta de gestión del conocimiento alineada con los pilares transformadores presentados en la planeación con el fin de volvernos más exógenos, la cual cuenta con el repositorio de los documentos para la gestión comercial y planeación sectorial. Esta nueva herramienta tiene un formato priorizado por HUBs, que además permite la descarga de documentos por parte de los asesores y una sincronización automática de versiones actualizadas, para una mejor gestión de la información generada.
En línea con la Biblioteca ProColombia se desarrolló la Ruta de Valor un formato dinámico que presenta el portafolio de productos, la cual es una herramienta donde encontrarán todos los productos y servicios para la gestión comercial de los ejes y la planeación estratégica de la entidad.



RETOS 2022

Retos 2022

Para el 2022, ProColombia continuará contribuyendo al crecimiento de la economía a través de la promoción de Colombia en el exterior, flexibilidad en las acciones y de metas ambiciosas que tienen un impacto positivo en el país.

En Exportaciones:

Se continuará trabajando en la promoción de las exportaciones no minero energéticas, buscando generar un mayor impulso y crecimiento de estas a través del fortalecimiento del tejido empresarial exportador, del aprovechamiento de acuerdos comerciales, de un posicionamiento de las 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.

- 2.890 empresas colombianas hagan negocios de exportaciones por US\$6.400 millones con compradores internacionales.
- 500 empresas colombianas recibiendo servicios a través del Fábricas de Internacionalización en el 2022 y que para el cuatrienio sean 1.350 empresas colombianas en el Programa.
- Llegar a 450 compañías vendiendo a través de nuestra estrategia de E-Commerce.
- Contar con planes sectoriales que priorizan productos en los mercados con mayor potencial para incrementar las exportaciones y apoyar la diversificación.

En Inversión Extranjera Directa:

ProColombia continuará con el constante acompañamiento a los empresarios internacionales para que decidan invertir o reinvertir en Colombia:

- Atraer 140 proyectos de inversión por valor estimado en US\$8.500 millones en los que se generen 80.000 empleos directos e indirectos durante su ejecución.
- 20 proyectos friendshoring (incluidos en los 140 proyectos).
- 20 empresas ancla (referentes) inviertan o reinviertan
- 2 megaproyectos.

En Turismo:

En turismo, se continuará con estrategias de promoción de Colombia como destino sostenible, de las regiones y comunicación que permita dar a conocer los destinos y productos turísticos:

- captar 120 nuevos eventos.
- En conectividad lograr el 103% de la conectividad con que se contaba en febrero 2020, previo a la pandemia: 1.176 frecuencias aéreas internacionales y a 196.300 sillas.
- 12.000 participantes en el Programa de Formación Exportadora en Turismo.

Nuestros legados

A través del cumplimiento de las metas enunciadas vamos a consolidar los legados para el país y a ProColombia, de los cuales se tienen avances importantes como se describe en el informe.

- El nuevo manifiesto país.
- El posicionamiento de Colombia como un líder en latinoamérica en materia de Inversión Extranjera Directa.
- La estrategia Red-Carpet.
- Las Fábricas de Internacionalización.
- El fortalecimiento del comercio electrónico.
- Mayor conectividad aérea.
- Los Premios Nacionales de Turismo de ProColombia.
- La consolidación de la estrategia CO-nectados.
- El fortalecimiento de las Alianzas Estratégicas, sinergias con gremios, entidades y organizaciones claves para fortalecer la gestión de nuestra Organización y la consecución de nuestras metas.
- Y una participación sin precedentes en ExpoDubái.