

IN FOR ME

DE GESTIÓN
PROCOLOMBIA

AGOSTO 2018 – JULIO 2020



José Manuel Restrepo
Ministro de Comercio, Industria y Turismo

Flavia Santoro
Presidenta de ProColombia

Juliana Villegas
Vicepresidenta de Exportaciones

Paola García
Vicepresidenta de Inversión

Gilberto Salcedo
Vicepresidente de Turismo

Pedro Fernández
Vicepresidente de Innovación e Inteligencia Sectorial

María Cecilia Obando
Vicepresidenta de Planeación

CONTENIDO

1.

NUESTRO ADN

- 1.1** Introducción
- 1.2** Nuestra razón de ser
- 1.3** Pilares estratégicos
- 1.4** Presencia en Colombia
- 1.5** Presencia en el mundo

2.

NUESTRO LEGADO

- 2.1** CO-nectados para un posicionamiento más efectivo del país en el exterior
- 2.2** Colombia en la senda para convertirse en el líder regional en atracción de inversión
- 2.3** Alianzas Estratégicas, cooperación y convenios: sinónimo de oportunidades de internacionalización para las regiones del país
- 2.4** El país avanzó en comercio electrónico con Colombia a un Clic
- 2.5** Fábricas de Internacionalización para dinamizar las exportaciones colombianas
- 2.6** Los premios que reconocen lo mejor de la industria turística
- 2.7** Colombia, más conectada con el mundo
- 2.8** Colombia será protagonista en Expo Dubái

3.

NUESTRAS CIFRAS

- 3.1** A dos años de Gobierno, 386 proyectos de inversión extranjera llegaron a Colombia
- 3.2** Las cifras históricas que registró el turismo en dos años
- 3.3** Lazos fortalecidos con los exportadores
- 3.4** Marca País, el sentido del orgullo patrio
- 3.5** El soporte para una buena gestión
- 3.6** Hoja de ruta para recuperar la economía y generar empleo



1.1 Introducción

Avanzando en la construcción de un legado

Ya se cumplen dos años desde que asumí la Presidencia de ProColombia para liderar la promoción del país en el exterior.

Ha sido una experiencia fascinante y enriquecedora, que desde el primer momento decidí disfrutar con entrega y dedicación.

Promover al país, como un destino de talla mundial para la atracción de inversión extranjera directa y la llegada de turistas internacionales, así como un proveedor relevante de bienes y servicios no mineros, es una misión que significa un gran honor para mí, que implica inmensas responsabilidades y que me ha dejado enormes satisfacciones.

Tras 730 días al frente de esta maravillosa organización y liderando un equipo inspirador, de grandes cualidades profesionales y humanas, es tiempo de hacer un corte de cuentas.

Las cifras, que veremos en detalle a lo largo de este informe, evidencian que vamos por muy buen camino y que nuestra estrategia está funcionando.

Pero más allá de los números, estar a cargo de la Presidencia de ProColombia me ha permitido ser testigo de una certeza: el mundo ha depositado su confianza en Colombia.

En los diálogos y reuniones con empresarios, en cada evento que moderó o en el que intervengo, confirmo que somos percibidos como un caso de éxito. Colombia es una historia de resiliencia a la que inversionistas, compradores y turistas extranjeros quieren sumarse.

Es cierto que el primer semestre de 2020 ha traído dificultades a las que el país no ha sido ajeno. La humanidad se ha visto en la necesidad de adaptarse a una situación tan excepcional, como extrema.

Sin embargo, la admiración de la que somos objeto es un importante activo que debemos proteger como país y constituye un gran punto de partida para avanzar con paso firme en el propósito de reactivar la economía y retomar la senda de crecimiento que traíamos hasta los dos primeros meses de 2020.

Gracias al fantástico trabajo del equipo de ProColombia, y el liderazgo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, hoy podemos compartir grandes avances, pero debemos mantenernos motivados, optimistas y enfocados porque aún hay camino por recorrer.

Tenemos la responsabilidad histórica de redoblar esfuerzos e ir por más.

Nosotros buscamos dejarle un legado a ProColombia y al país:

- La consolidación de la estrategia CO-nectados, que se traduzca en una diplomacia comercial más efectiva, mayor inversión y menos travel warnings.
- Que Colombia sea un líder regional en materia de Inversión Extranjera Directa, inversión de eficiencia e inversión en turismo.
- En cuanto a las Alianzas Estratégicas, queremos consolidar las sinergias de ProColombia con gremios, entidades y organizaciones clave para fortalecer la gestión de nuestra organización y facilitar la consecución de nuestras metas.
- El nuevo manifiesto país.
- El fortalecimiento del comercio electrónico como plataforma exportadora.
- Más productos conquistando más mercados a través de las Fábricas de Internacionalización.
- Los Premios Nacionales de Turismo de ProColombia.
- Mayor conectividad aérea, para acercar al mundo nuestra rica y diversa oferta turística.
- Y una participación sin precedentes en ExpoDubái 2021 y otros eventos como plataforma comercial del país.

Estoy convencida de que tenemos con qué alcanzar e incluso superar nuestros objetivos.

La fórmula del éxito está en la suma de esfuerzos, la articulación con los sectores público y privado, y el trabajo en equipo con gremios, bureaus, Apriis, cámaras de comercio, organismos internacionales, medios de comunicación y demás stakeholders.

Que las exigentes vitrinas internacionales estén llenas de nuestros bienes y servicios impregnados del talento colombiano, que los empresarios del mundo vean en Colombia una oportunidad para que sus inversiones se transformen en negocios exitosos y rentables, y que los turistas extranjeros nos identifiquen como un destino de alta calidad, confiable, responsable y sostenible, son consignas que nos deben unir a todos.

Lograrlo es nuestra contribución para generar más empleos, mayores oportunidades y mejorar la calidad de vida en las regiones del país.

Llegó la hora de Colombia y vamos a aprovecharla. Continuemos avanzando a buen ritmo. Sigamos adelante, con confianza, trabajando con 'Compromiso por Colombia'.

Flavia Santoro
Presidenta de ProColombia



NUESTRA CONTRIBUCIÓN **AL PAÍS**



Nuestro legado a ProColombia y al país

- Consolidación de la estrategia CO-nectados.
- Colombia líder regional en atracción de Inversión Extranjera Directa.
- Fortalecimiento de nuestras Alianzas Estratégicas.
- El nuevo manifiesto país.
- Promoción del comercio electrónico como plataforma exportadora.
- Más productos conquistando más mercados a través de las Fábricas de Internacionalización.
- Los Premios Nacionales de Turismo de ProColombia.
- Mayor conectividad aérea directa internacional.
- Participación sin precedentes en ExpoDubái 2021.

Una gestión de resultados, alineada con los pilares estratégicos del sector Comercio, Industria y Turismo

+ INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA

2 megainversiones
22 anclas

141.304
empleos

Monto de IED
US\$ 14.354
millones, de 46 países

386 PROYECTOS llegaron a 87 municipios de 23 departamentos

Fondos de IED: US\$ 3.585 millones (40 fondos)

Economía naranja: US\$ 195 millones + US\$ 1.000 millones Rappi

+ EXPORTACIONES

Monto de negocios
US\$9.597
millones

3.958
empresas de
26 departamentos
53% mipymes

11.574
compradores
de 160 países

Economía naranja: US\$ 434 millones
371 empresas de 14 departamentos lograron negocios con compradores de 63 países

Fábricas de Internacionalización: 904 compañías registradas
Colombia a un Clic: 80 empresas nacionales tienen cuenta abierta en Amazon y eBay

+ TURISMO

Conectividad

34
nuevas rutas

860
eventos
captados

Ruta Exportadora: 28.084 participantes en 32 departamentos

Inversión en infraestructura turística: US\$ 433 millones (27 proyectos)



1.2 Nuestra razón de ser

MISIÓN

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

VISIÓN

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

1.3 Pilares estratégicos

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha propuesto seis pilares estratégicos de trabajo con los que ProColombia se ha comprometido: Entorno Competitivo, Productividad e Innovación, Inversión, Emprendimiento y Formalización, Nuevas Fuentes de Crecimiento y Fortalecimiento Institucional.

Con este lineamiento ProColombia busca aprovechar oportunidades y así potenciar su capacidad en cuatro temas misionales: atracción de inversión extranjera directa, promoción de las exportaciones, atracción de turismo internacional y posicionamiento de la Marca País.

Este trabajo requiere:

- Foco en nuestras tareas, en nuestras metas y en el cumplimiento de nuestros objetivos individuales y como organización.
- Trabajo articulado y en equipo, liderando con amabilidad y efectividad, buscando siempre exceder las metas que nos proponemos y sobrepasando las expectativas.
- Seguimiento y resultados medibles, para asegurar la efectividad de las distintas actividades y contribuir verdaderamente al desarrollo y a la equidad.
- Comunicación y conexión entre áreas de la organización y sus aliados, para entregarle al país las buenas noticias que tanto necesita y dar a conocer al mundo las oportunidades que Colombia tiene para ofrecer.



1.4 Presencia en Colombia

Sede principal
Bogotá

8 Oficinas Regionales

Barranquilla
Bucaramanga
Cali
Cartagena
Cúcuta
Manizales
Medellín
Pereira

18 departamentos

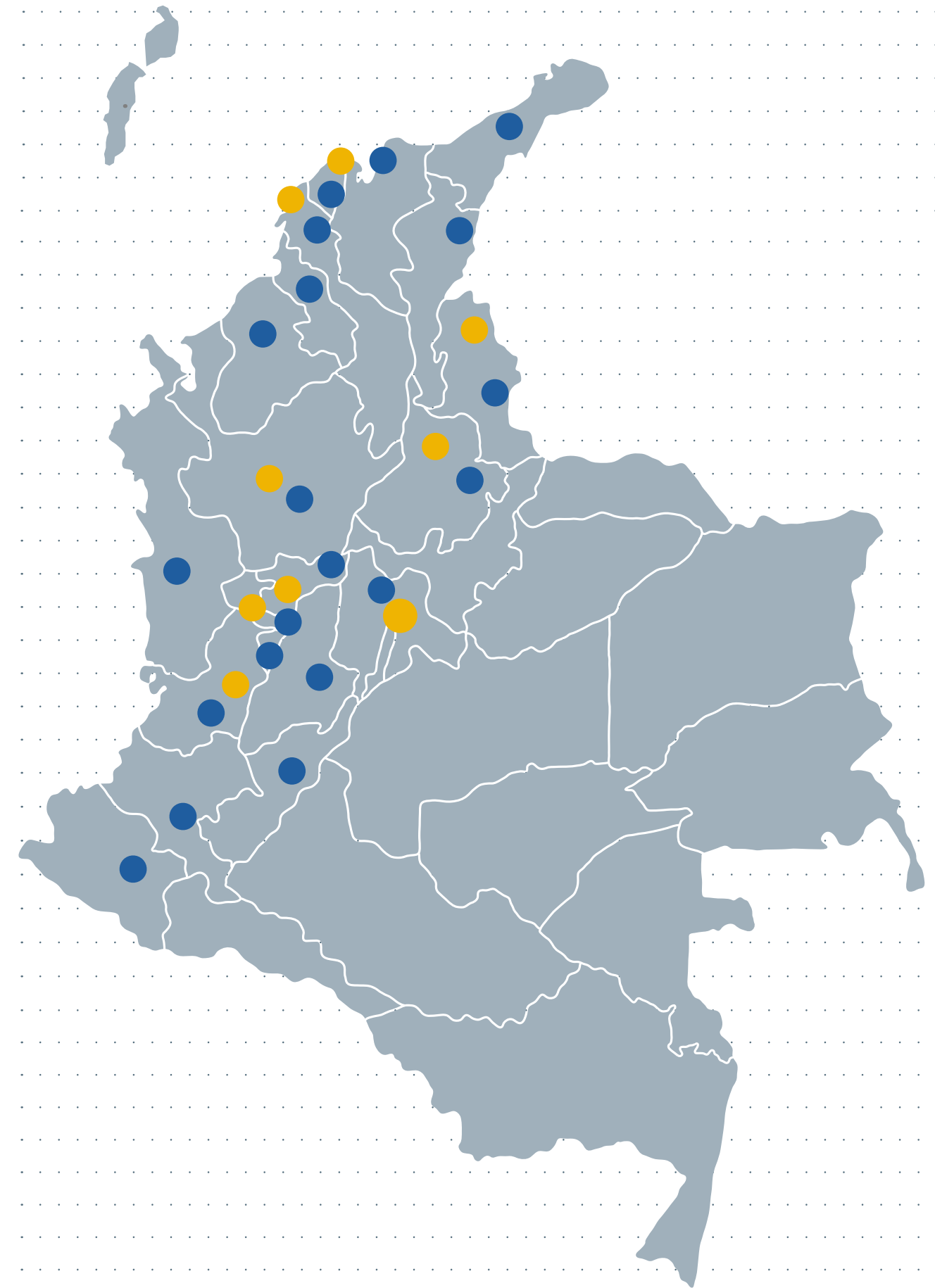
Antioquia
Atlántico
Bolívar
Caldas
Cauca
Cesar
Córdoba
Cundinamarca
Huila
Magdalena
Meta
Nariño
Norte de Santander
Quindío
Risaralda
Santander
Tolima
Valle del Cauca

30 Aliados Regionales

14 Cámaras de Comercio

15 Universidades

1 Sociedad Portuaria



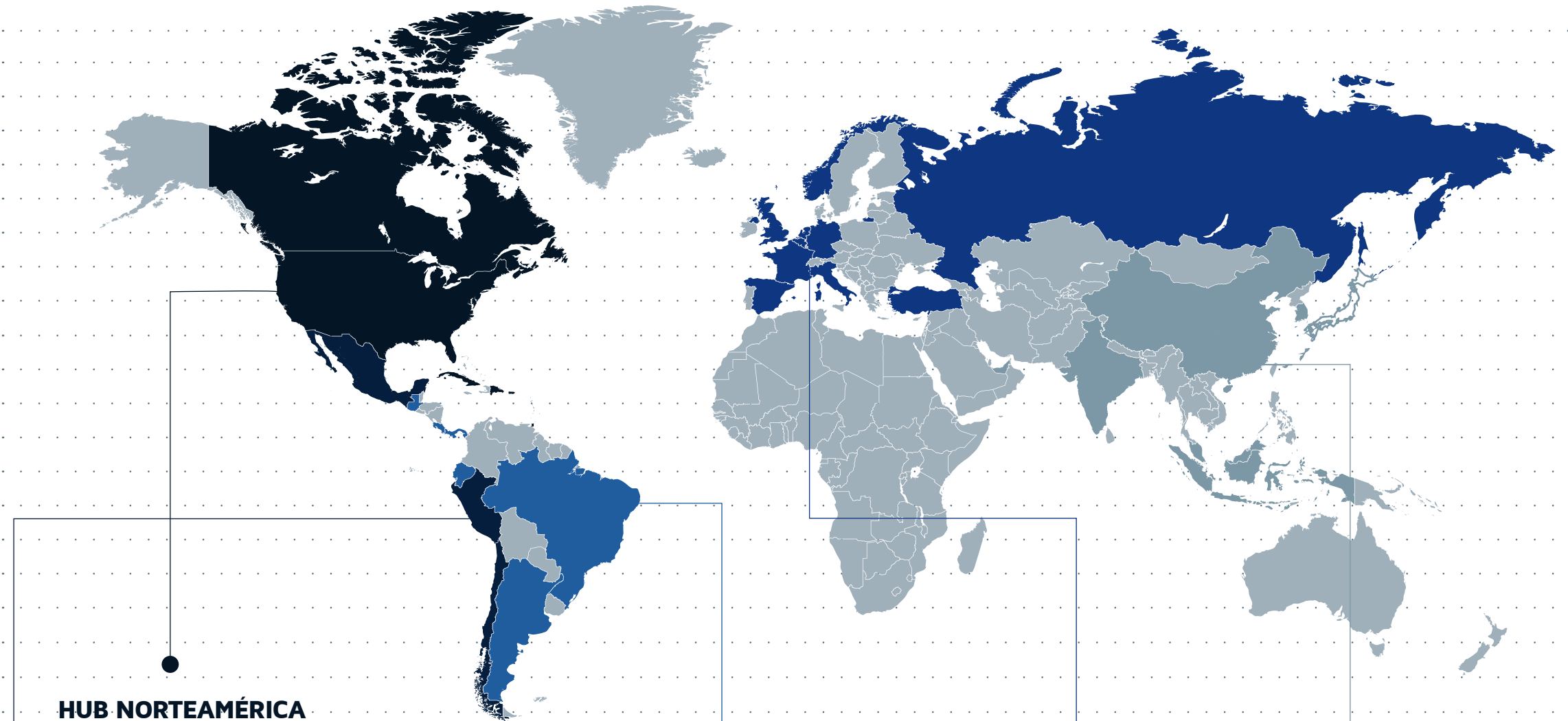


1.5 Presencia en el mundo

22
Oficinas Comerciales
con presencia en

33 países y

45 ciudades



HUB NORTEAMÉRICA

CANADÁ: Montreal, Quebec; Toronto, Ontario
ESTADOS UNIDOS: Washington D.C.; Atlanta, Georgia;
Miami, Florida; Chicago, Illinois; Dallas, Texas; Austin, Texas;
Los Ángeles, California; Nueva York, Nueva York
CARIBE: Miami
PUERTO RICO: San Juan
REPÚBLICA DOMINICANA: Santo Domingo
TRINIDAD Y TOBAGO: Puerto España
CUBA: La Habana

HUB ALIANZA DEL PACÍFICO

CHILE: Santiago de Chile
MÉXICO: Ciudad de México y Guadalajara
PERÚ: Lima

HUB LATINOAMÉRICA

ARGENTINA: Buenos Aires
BRASIL: Sao Paulo
COSTA RICA: San José
PANAMÁ: Panamá
ECUADOR: Quito
GUATEMALA: Ciudad de Guatemala

HUB EUROPA

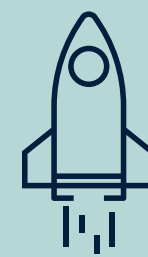
ALEMANIA: Frankfurt
ESPAÑA: Madrid
ITALIA: Roma
TURQUÍA: Estambul
FRANCIA: París
HOLANDA: La Haya
BÉLGICA: - A través oficina MinCIT
REINO UNIDO: Londres
RUSIA: Moscú
NORUEGA: Oslo

HUB ASIA

JAPÓN: Tokio
CHINA: Beijing, Shanghai
y Guanzhou
COREA DEL SUR: Seúl
INDIA: Nueva Delhi y Mumbai
EMIRATOS ÁRABES UNIDOS:
Abu Dabi
INDONESIA: Yakarta
SINGAPUR: Ciudad de Singapur



2



NUESTRO

■ **LEGADO**



2.1

CO-nectados para un posicionamiento más efectivo del país en el exterior

Mayor diplomacia comercial, más inversión y menos travel warnings

En enero de 2019, de la mano del Ministerio de Relaciones Exteriores y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, ProColombia lanzó su estrategia CO-nectados, para fortalecer el posicionamiento de Colombia en los mercados internacionales.

Desde entonces, a través de un trabajo articulado y alineado entre ProColombia y las embajadas se han alcanzado resultados positivos en atracción de inversión extranjera, turismo, conectividad y apertura de nuevos mercados para los productos colombianos.

En 18 meses, las embajadas nos han acompañado en más de 900 reuniones con empresarios y 360 actividades de promoción de los ejes de negocio en 40 países.

Así mismo, ProColombia suscribió 24 planes de trabajo con nuestras embajadas en Alemania, Argentina, Brasil, Canadá, Chile, China, Costa Rica, Ecuador, Emiratos Árabes Unidos, España, Estados Unidos, Francia, Guatemala, India, Indonesia, Israel, Italia, Japón, Perú, México, Reino Unido, República Dominicana, Rusia y Singapur.

Esta labor conjunta tiene logros concretos para mostrar.

Durante las visitas de Estado del presidente Duque a diferentes destinos y gracias, entre otras cosas, a la articulación derivada de CO-nectados, se han llevado a cabo ocho encuentros con empresarios internacionales del más alto nivel.

Gracias a la gestión conjunta se han identificado inversionistas de 21 países a quienes estamos acompañando en el proceso de evaluación de 52 proyectos de inversión.

Estas oportunidades incluyen proyectos de generación de energía hidráulica, producción de cafés, infraestructura TI, plantaciones de aguacate hass, industria cosmética, por mencionar algunos.

Con relación al turismo, CO-nectados contribuyó a la mejora de las advertencias de viaje hacia Colombia para turistas provenientes de Alemania, Canadá, Corea del Sur, Estados Unidos, Francia, Italia, Japón y Reino Unido.

Y se captaron 20 nuevas rutas aéreas, entre enero de 2019 y julio de 2020, que comenzaron a operar entre Colombia

y Lima, Curazao, Santo Domingo, Madrid, Ciudad de México, Santiago de Chile y Cancún, entre otras ciudades internacionales.

También logramos avances en diplomacia sanitaria. Con el Ministerio de Agricultura, el ICA y el Invima se abrieron puertas para la exportación de banano a China, de carne a Arabia Saudita, aguacate hass a Japón y pitahaya a Argentina.



Lo que viene

En la fase dos de CO-nectados ProColombia continuará fortaleciendo su trabajo con las embajadas y consulados de Colombia en el mundo, con el objetivo de contribuir a la reactivación económica, donde la atracción de turismo internacional tendrá un papel preponderante.

Para septiembre de 2020 se planea el lanzamiento de la nueva landing page, en la página web de ProColombia, www.procolombia.co, que albergará contenido estratégico y novedoso a través de iniciativas como el talk show, ProColombia Time to Talk, podcasts y blogs.

Así mismo, con el fin de tener una promoción turística más consistente, se enviará a algunas embajadas y consulados del país en físico y al resto la versión digital de la revista de turismo 'Colombia: un Destino Imperdible', en cuatro idiomas, con los mensajes y piezas con las que se quiere posicionar a Colombia como destino top para los viajeros del mundo.

Por último, esta fase también contempla el fortalecimiento del programa de ProColombia, Ojos en el mundo, que busca involucrar a los colombianos residentes en el exterior en la labor de inteligencia de mercados que realiza la Vicepresidencia de Innovación e Inteligencia Sectorial.

2.2

Colombia, en la senda para convertirse en el líder regional en atracción de inversión

Siguiendo el mandato presidencial de consolidar una estrategia de promoción y atracción de inversión extranjera directa (IED) al país para la reactivación económica en favor del crecimiento con equidad, ProColombia, en trabajo articulado con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, puso en marcha la estrategia para posicionar el país como uno de los destinos más atractivos de la región para la llegada de inversión extranjera directa.

El decidido apoyo del Gobierno del presidente Iván Duque, la creación de incentivos tributarios, sectoriales y estímulos para la generación de empleos, así como beneficios que fortalecen el régimen de zonas francas contemplados en la Ley de Crecimiento Económico, hacen parte del lineamiento estratégico que busca desarrollar la economía, generar competitividad y progreso de la mano de la llegada de una mayor inversión extranjera directa.

Los resultados son sobresalientes. En 2019 la inversión extranjera directa alcanzó la cifra más alta de los últimos seis años en Colombia, con US\$14.493 millones según la Balanza de Pagos del Banco de la República, registrando un aumento del 25,6% con respecto a 2018. El 68,1% del total de los capitales fue dirigido a sectores no minero energéticos.

Las cifras del Emisor correspondientes al primer trimestre de 2020 dan cuenta de los atractivos del país como destino de negocios, al registrar ingresos por US\$3.589 millones, cifra superior a la del mismo periodo de 2019. Cabe resaltar que el 70% de dicho monto correspondió a sectores no minero energéticos.

Para los dos primeros años de Gobierno, ProColombia había proyectado la atracción de cuatro anclas inversionistas por año y a la fecha han llegado 22, cifra que triplica lo estimado inicialmente. Estas son el tipo de empresas que tienen reconocimiento internacional y cuya presencia y operación contribuyen al crecimiento del país y su tejido empresarial, como proveedores y aliados.

Desarrollarán 29 proyectos con inversiones por US\$4.594 millones, beneficiarán a los sectores de servicios empresariales, agroindustria, telecomunicaciones y TI, energías no convencionales, infraestructura de obras civiles, turismo, envases, entre otros, y de acuerdo con los inversionistas generarán más de 10.300 empleos.

Acompañando estos proyectos llegaron al país dos grandes megainversiones, como la del fondo japonés Softbank en la multinacional colombiana Rappi, por más de US\$1.000 millones y, recientemente, una iniciativa que desarrollará una nueva terminal marítima de gas natural comprimido en Buenaventura.

Colombia es hoy el tercer mayor receptor de inversión extranjera directa en América Latina, según la UNCTAD y es el miembro más reciente de la OCDE. La adhesión a este grupo de naciones refleja el éxito de reformas y políticas públicas que ratifican al país como un socio estratégico, una oportunidad de negocio y una plataforma exportadora para los inversionistas del mundo.



.....
Con una legislación que favorece la llegada de inversión, incentivos tributarios, aprovechamiento de acuerdos comerciales y atracción de anclas inversionistas y megainversiones, Colombia busca ser el hub de la IED en Latinoamérica.
.....



2.3

Alianzas estratégicas, cooperación y convenios: sinónimo de oportunidades de internacionalización para las regiones del país

El fortalecimiento de las alianzas estratégicas y la consolidación de sinergias con mecanismos de integración, organismos multilaterales, organizaciones clave y entidades públicas y privadas de orden regional, nacional e internacional, es uno de los legados que la presente administración le quiere dejar a ProColombia al término de este cuatrienio.

Esta labor es liderada por la Gerencia de Asuntos Internacionales y de Gobierno, la cual registra avances en favor del crecimiento con equidad, el desarrollo regional y la generación de empleo en el país.

Dentro de las acciones más destacadas vale la pena resaltar la puesta en marcha de la iniciativa ProColombia por Colombia, un proyecto en el que el equipo directivo de ProColombia Bogotá se desplaza a las ciudades del país con Oficinas Regionales para posicionar a la organización en los territorios, consolidar la presencia institucional en región, estrechar la relación con empresarios locales, entre otros.

Durante la primera edición de ProColombia por Colombia, cumplida en el Valle del Cauca en febrero de 2020, se sostuvieron reuniones con 80 actores regionales, entre los que se incluyen la Gobernación del departamento, la Alcaldía de Cali, aliados, empresarios y la academia.

Se establecieron 45 tareas conjuntas, de las cuales 27 ya fueron completadas, siete están en curso y 11 ya comenzaron proceso de ejecución.

Otra iniciativa de relevancia es el programa de Hermandad. Consiste en procesos de hermanamiento entre las ocho Oficinas Regionales e igual número de Oficinas Comerciales con el propósito de intercambiar buenas prácticas a nivel de equipos, estrategias comerciales y metodologías, además de la materialización de negocios y oportunidades en el corto y mediano plazo.

Ya hay victorias tempranas, como por ejemplo la apertura del mercado agroindustrial japonés a través de productos priorizados como el café procesado y cacao vallecaucanos; la exportación de plataformas virtuales de entrenamiento deportivo, producto del hermanamiento entre las oficinas de Corea y Bucaramanga; y la identificación de la proveeduría requerida para la creación de una red de ensamblaje automotriz, por cuenta del vínculo entre las oficinas de México y Medellín.

Adicionalmente, en el empeño de posicionar a Colombia en cada vez más mercados y ante el creciente interés de los empresarios colombianos en explorar oportunidades de

negocio en África, desde 2018 la Gerencia de Asuntos Internacionales y de Gobierno cumple con la función de mantener la comunicación con las embajadas de nuestro país en ese continente.

Ya hemos acompañado más de 10 compañías colombianas en sus agendas exploratorias y acercamientos con el mercado africano.

Mecanismos de integración y WEF

Basados en pilares como las compras públicas, el comercio electrónico, el comercio de servicios y la atracción de inversión extranjera directa de eficiencia, así como de turistas internacionales, ProColombia, a través de la Subdirección de Alianzas Estratégicas, la cual hace parte de la Gerencia de Asuntos Internacionales y de Gobierno, ha venido trabajando en la construcción de una hoja de ruta para consolidar a Colombia como un líder regional y sacar el máximo provecho de las presidencias pro t mpore de la Comunidad Andina (CAN) y de la Alianza del Pacífico (AP).

Cabe recordar que nuestro país ejerce la presidencia de la CAN desde julio pasado y a partir de diciembre próximo asumir  la de la AP.

Ya hay un camino recorrido en ese sentido. El trabajo adelantado a lo largo de los últimos dos años en el marco de la AP, la CAN y la Asociación Latinoamericana de Integración (Aladi) arroja números que vale la pena subrayar.

Se han realizado 31 actividades de promoción entre encuentros comerciales, foros y seminarios, con la participación de alrededor de 356 empresas exportadoras colombianas de 19 departamentos y 168 compa as compradoras de 21 países, generando expectativas de negocio por US\$ 164.964.150.

Específicamente con relación a la Alianza del Pacífico, en los últimos dos años se han celebrado 22 actividades de promoción. Durante las más relevantes (MCR, Foro LAB4 y Foro de Empresarias Líderes de la AP) han participado 153 empresas exportadoras colombianas de 13 departamentos, y 104 compradores internacionales de 15 países invitados por ProColombia. Estos encuentros han generado expectativas de negocios por más de US\$ 29.909.030.

En la CAN sucedió lo propio. Se han llevado a cabo siete actividades de promoción y de capacitación para los empresarios colombianos. Por ejemplo, en el VIII Encuentro Empresarial Andino participaron 20 empresas exportadoras colombianas de cinco departamentos y 29 compradores internacionales de seis países invitados por ProColombia. En dicho evento se alcanzaron expectativas de negocio por US\$ 2.809.668. En materia de promoción de turismo y, gracias al liderazgo de ProColombia, se logró reactivar el Grupo Técnico de Agencias de Promoción, el cual estuvo inactivo por casi un año y medio. Lo anterior cobra especial relevancia, ya que actualmente este grupo lidera cuatro proyectos enfocados en la reactivación económica de esta industria, una de las más golpeadas por la pandemia.

Situación similar se presentó con Aladi. Durante los últimos 24 meses, ProColombia hizo parte de dos ediciones de Expo Aladi, en las que participaron 183 empresas exportadoras colombianas de 13 departamentos, y 35 compradores internacionales de nueve países, también convocados por ProColombia. Por cuenta de estas actividades se lograron expectativas de negocios por US\$ 132.245.452.

Es de resaltar que en 2019 Expo Aladi se realizó por primera vez en Colombia, lo que significó una participación histórica de exportadores nacionales (139 empresas) que se reflejó en expectativas de negocio de alrededor de US\$ 120 millones.

Respecto al Foro Económico Mundial (WEF, por sus siglas en inglés), se ha participado en seis foros, impactando a 40 compa as potenciales inversionistas en Colombia de 18 mercados.

Gestionamos recursos por \$18.113 millones de pesos

Tal cifra fue alcanzada en el periodo comprendido entre agosto de 2018 y julio de 2020 como resultado del trabajo conjunto con entidades internacionales y nacionales, liderado por la Dirección de Cooperación y Convenios de ProColombia, que hace parte de la Gerencia de Asuntos Internacionales y de Gobierno.

Desde la citada área se desarrollaron acciones como seminarios, asistencia técnica, y estructuración de programas y

proyectos para apoyar los procesos de capacitación y fortalecimiento tanto de las empresas colombianas, como de la organización.

En esa medida, se ha trabajado tanto con la Unión Europea, como con entidades de países como Holanda, Suiza, Alemania, Canadá y Estados Unidos.

A nivel nacional, hemos adelantado acciones con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Ministerio de Cultura, Innpulsa, la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico de Bogotá, la Secretaría de Turismo de Cali, Colombia Productiva, la Agencia Presidencial de Cooperación Internacional de Colombia y el SENA.

Además, en este periodo se realizaron más de 45 misiones de Asistencia Técnica con expertos internacionales, con el objetivo de potenciar la competitividad de las empresas colombianas a nivel internacional y fortalecer las capacidades técnicas de los empresarios del país. Con los recursos de cooperación se han beneficiado más de 1.000 mipymes colombianas de todas las regiones del territorio nacional.

En la misma línea, la entidad ha recibido delegaciones de Brasil, Angola, Kenia, Argentina, Suecia y Sudáfrica para intercambiar conocimientos asociados a la promoción del turismo, las exportaciones y la inversión.

Por último, a través del fondo de cooperación de la Alianza del Pacífico, se obtuvo la aprobación de un proyecto para la realización de un plan de promoción de turismo entre los países miembros, con el ánimo de mitigar los efectos socioeconómicos del COVID-19.

Este proyecto marca un precedente importante, al ser el primero de cooperación aprobado en el marco de Alianza del Pacífico, por un valor de US\$ 200.000.



2.4

El país avanzó en comercio electrónico con Colombia a un Clic

En el último año se ha capacitado a más de 1.700 empresarios para exportar a través de plataformas digitales.

Ya son 42 las compañías que a través de eBay y Amazon exportan sus productos, desde café hasta vestidos de baño.

Ingresar al mundo del comercio electrónico, más que un lujo o una tendencia, hoy es una necesidad para los empresarios colombianos interesados en el crecimiento de sus negocios y en la conquista de nuevos mercados.

Por eso ProColombia creó hace más de un año Colombia a un Clic, una de las líneas de servicio del programa Fábricas de Internacionalización con la que se ha capacitado a más de 1.700 empresarios en 10 departamentos del país.

Con sesiones de formación sobre cómo exportar a través de plataformas digitales, consultoría en cierre de brechas, diseño de la estrategia digital para generar tráfico, y seguimiento a los negocios, hoy son 80 las empresas nacionales que tienen cuenta de vendedor abierta en Amazon y en eBay, de las cuales 42 ya han vendido.

Se vende, por ejemplo, café colombiano en Estados Unidos, Croacia, Martinica, Omán, Japón y Singapur, así como vestidos de baño, fajas, juguetes para mascotas y ropa deportiva, entre otros.

Según los propios empresarios, es un canal de comercialización que no se detiene y que ofrece varias ventajas, como la reducción de costos, alcance a un público más amplio, evita desplazamientos y permite disponibilidad todos los días de la semana y a cualquier hora.

El objetivo de Colombia a un Clic para 2020 es generar negocios por US\$6 millones con 200 empresas colombianas dentro de diferentes marketplaces a nivel internacional. En 2019 las ventas superaron los US\$875.000.

Este año se expandió el programa en una segunda fase de trabajo con los marketplaces locales de diferentes países, a través de las Oficinas Comerciales de ProColombia, con el objetivo de facilitar la venta en canales digitales de productos colombianos que ya están en el mercado.

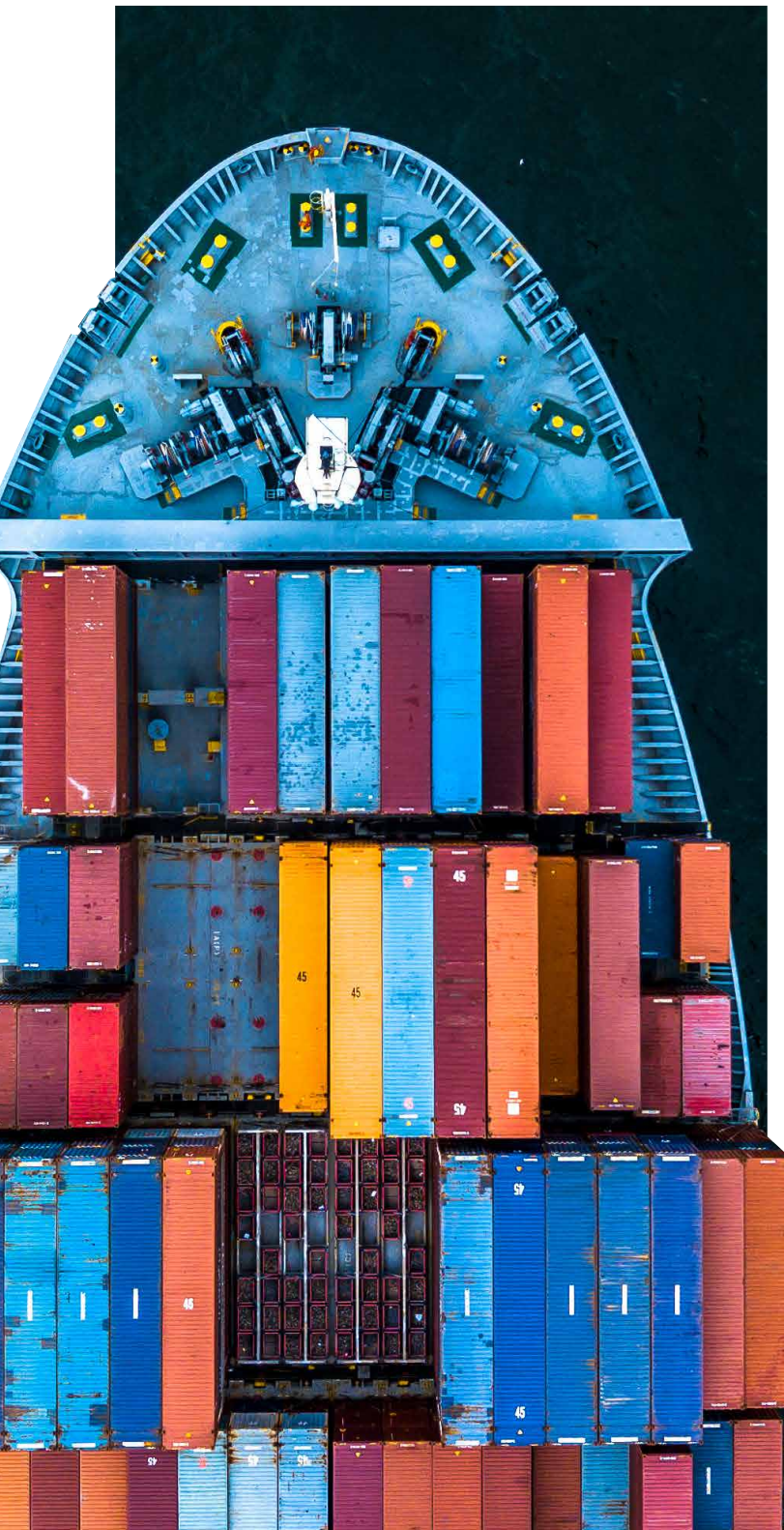
Ya son más de 30 las empresas con ventas en 67 marketplaces y canales digitales como Word Flow, Noon, Zivame, Novica, HomeDepot y Walmart. Solo en la plataforma china Tmall, las compañías colombianas han vendido US\$1,2 millones.





2.5

Fábricas de Internacionalización para dinamizar las exportaciones colombianas



El programa, que nació como respuesta a las principales necesidades de los empresarios para exportar, ya duplicó su meta de compañías inscritas.

Con más de 900 empresas participando, Fábricas de Internacionalización cerró su primera etapa con éxito y avanzó en su objetivo de fomentar la cultura exportadora en el país.

La estrategia liderada por ProColombia responde a la política de Colombia Exporta Más del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que busca dinamizar las exportaciones no minero energéticas y consolidar el comercio internacional como una fuente de crecimiento.

ProColombia diseñó seis líneas de servicio para acompañar a las empresas en cada paso de su proceso exportador.

Una de ellas es la de ayudar en el diseño y en la estructuración de nuevos modelos de negocio de cara a la internacionalización y a la medida del empresario.

También el servicio de consultoría que busca acelerar los procesos de creación o fortalecimiento del área de comercio exterior con diversificación y aprovechamiento de nuevos canales de comercialización, como el e-commerce.

Otra de las herramientas promueve alianzas estratégicas entre las empresas para que compartan costos y riesgos en el proceso de internacionalización, buscando generar economías de escala.

Además, se apoya el desarrollo de habilidades en comercio exterior para proyectos especiales liderados por indígenas, mujeres y campesinos, entre otras comunidades.

Se aprovecha la experiencia de empresas mentoras y promovemos la transferencia de su conocimiento a otras compañías, evitando costos adicionales o errores que el mentor ya superó en el pasado.

Y, finalmente, se presta un servicio de orientación a las empresas para su instalación en otros mercados.

El Programa, cuya meta de empresas inscritas para este primer año era de 400, cerró su etapa inicial con un total de 904 compañías registradas.

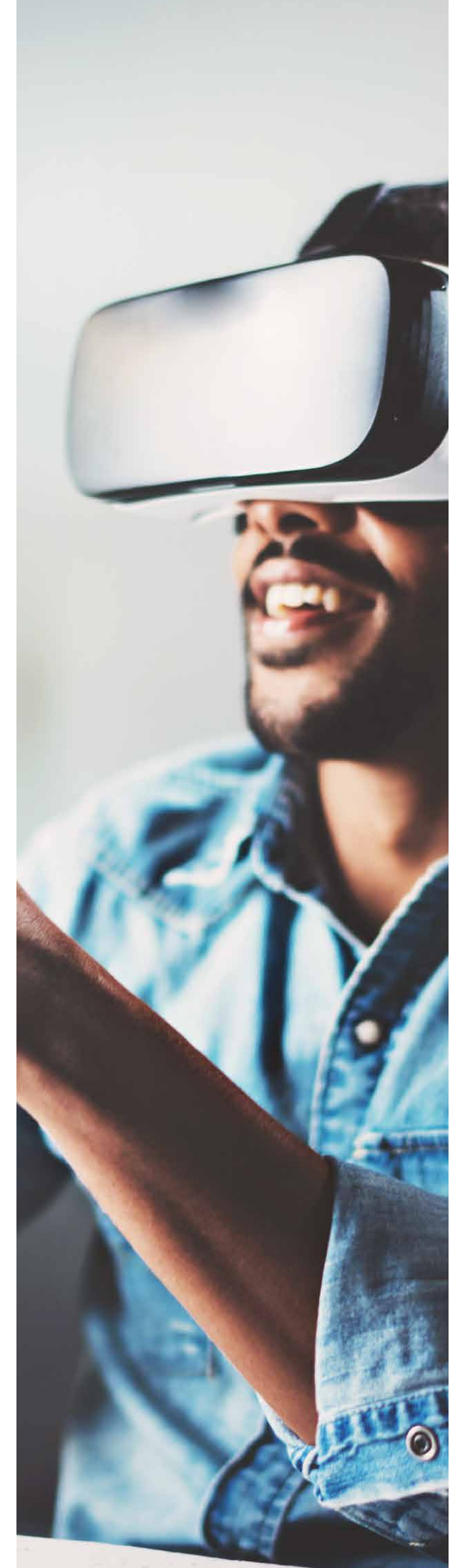
Del total, 700 ya iniciaron su trabajo con un asesor asignado para identificar cuáles son los obstáculos y definir la o las líneas de acción a seguir para lograr la internacionalización; y más del 94% que ya inició el acompañamiento, corresponde a mipymes.

Las empresas están ubicadas en



Se destaca la vinculación de regiones que históricamente tienen una baja participación, por ejemplo, **Cauca y Nariño con 10 empresas cada una, Córdoba, Cesar y Magdalena con seis empresas inscritas, Sucre con cinco compañías, La Guajira con cuatro y Putumayo con una firma.**

También sobresale la participación de empresas de Industrias 4.0, uno de los sectores relevantes de la economía naranja, y en el que hay firmas de animación y videojuegos, entre otras. De las 138 inscritas de este sector, 75 ya iniciaron su proceso de mejora hacia la internacionalización.





2.6

Los premios que reconocen lo mejor de la industria turística

Hacen parte del legado que se quiere dejar para destacar la labor que los empresarios realizan en favor de este sector.

En 2019 se organizó la primera versión de los Premios Nacionales de Turismo de ProColombia, una iniciativa que busca reconocer a los diferentes actores asociados al turismo, uno de los sectores más ricos y de mayor potencial para el desarrollo de las regiones de Colombia.

Otro objetivo que tiene la realización de estos premios es exaltar las experiencias exitosas y las mejores prácticas del turismo, además de fomentar una cultura de excelencia en la industria turística, orientada a la calidad y a la sostenibilidad.

En esa línea, para su primera versión se recibieron 300 postulaciones de 240 empresas para las categorías de Promoción Turística, Turismo de Reuniones, Experiencia de Turismo Vacacional, Sostenibilidad Turística, Innovación Turística, Establecimiento de Alojamiento, Agencia de Viaje, Crónica de Viaje y Conectividad Aérea.

Además, ProColombia invitó jurados de primer nivel con el fin de contar con criterios que exigieran la excelencia de los postulantes, por lo que participaron Paula Cortés, presidenta de Anato; Gustavo Toro, presidente de Cotelco; Laura Durana, directora de Acotur; y Edna Roza, decana de la Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Externado de Colombia.

Así mismo, se invitaron figuras con una importante trayectoria en la industria turística internacional como Costas Christ, experto en turismo sostenible; Gloria Guevara, presidenta y CEO del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés); Eduardo Chaillo, Global General Manager para Latinoamérica de Matriz Global Events; y Christopher Baker, experto en viajes de naturaleza y escritor de la guía de viajes de Colombia en National Geographic.

Los ganadores en 2019 fueron Greater Medellín Convention & Visitors Bureau en la categoría de Promoción Turística; Colombia Cycling en la categoría de Experiencia de Turismo Vacacional, ProBarranquilla en Turismo de Reuniones; Diving Planet en Innovación Turística.

En Establecimiento de Alojamiento el reconcomiendo se lo llevó Glamping Colombia; Ecolodge El Almejal en la cate-

goría de Sostenibilidad Turística; Galavanta fue la Mejor Agencia de Viajes; la Corporación de Turismo de Cartagena de Indias obtuvo el galardón en la categoría de Conectividad Aérea; y el periodista Enrique Patiño se llevó la categoría de Mejor Crónica de Viajes.

Segunda versión de los premios con un enfoque de resiliencia

Ante la nueva realidad que el turismo debe afrontar debido a la pandemia generada por el Covid-19, para la versión 2020 de los Premios Nacionales de Turismo de ProColombia, se quieren exaltar las experiencias exitosas y las mejores prácticas del turismo receptivo enfocadas en el resurgimiento y la recuperación de la industria.

En esta oportunidad se crearon 12 categorías:

- **Premio** a una narración inesperada y bien contada de Colombia
- **Premio** a la experiencia que marcó el ritmo del turismo
- **Premio** 'el factor Wow': Evento con Encanto
- **Premio** 'A tu medida': Experiencia de productos más innovadora
- **Premio** al liderazgo en estrategias innovadoras en turismo
- **Premio** al Turismo del Futuro: Experiencias Sostenibles
- **Premio** Turismo para todos: Turismo Diverso e Inclusivo
- **Premio** a la Mejor vitrina digital de Colombia para el mundo
- **Premio** al Personaje del Año: Liderazgo en la Excelencia turística
- **Premio** 'Orquídea': Floreciendo en la adversidad
- **Premio** a las sinergias que construyen país
- **Premio** "Nos encontraremos pronto": Destino más acogedor





2.7

Colombia, más conectada con el mundo

En dos años de gestión, se han inaugurado 34 nuevas rutas aéreas internacionales y han aterrizado por primera vez cuatro aerolíneas.

Colombia se está convirtiendo en el destino de moda para los viajeros de todo el mundo y gracias al esfuerzo de toda la industria turística para mejorar la oferta colombiana y a los innumerables reconocimientos a nivel internacional del país como destino de talla mundial, llegaron más viajeros, más cruceros, más hoteles y, por supuesto, más aerolíneas.

La llegada de compañías aéreas internacionales se convierte en un círculo virtuoso, pues demuestra la confianza que el país está reflejando en los mercados externos, además de aumentar la entrada de viajeros extranjeros al territorio nacional, generando así ingresos y desarrollo en las regiones.

Entre agosto de 2018 y julio de 2020 se inauguraron 34 nuevas rutas aéreas internacionales: 14 en 2018 (desde agosto), 17 en 2019 y tres en los dos primeros meses de 2020.

El país se conecta a través de más rutas aéreas, alcanzando 49 ciudades en el mundo como Miami, Lima, Curazao, Santo Domingo, Madrid, Ciudad de México, Cancún, Guayaquil, San José de Costa Rica, Nueva York, Santiago de Chile, Buenos Aires, Sao Paulo, Fort Lauderdale, y Porto Alegre, entre otras. Además, llegaron por primera vez a las pistas de nuestro país nuevas aerolíneas como JetSmart; EZ Air de Curazao; Láser de Venezuela y Aruba Airlines.

A febrero de 2020 más de 1.100 vuelos internacionales semanales conectaban a Colombia con el mundo. Estos vuelos operados por 27 aerolíneas conectan las nueve principales ciudades de Colombia con 27 países de Norteamérica, Centroamérica y el Caribe, Suramérica y Europa.

Además, Bogotá será sede de Routes Américas en 2021, uno de los eventos más importantes de la aeronáutica en el continente. Durante el encuentro se generarán sinergias y oportunidades de negocios que beneficiarán a todos los mercados de la región, así como a cientos de miembros de esta industria que verán el potencial del país como hub de la aviación en Latinoamérica.

Estas grandes noticias exigen que Colombia sea un mercado que responda a las exigencias de las compañías aéreas internacionales y a las nuevas demandas como protocolos de bioseguridad, los cuales el Gobierno Nacional ya decretó para el transporte aéreo doméstico.

Es así como ProColombia tiene la recuperación de la conectividad aérea como uno de sus objetivos en la estrategia de reactivación de la industria. Durante estos meses de cuarentena se ha trabajado en un proceso de recuperación de sillas y frecuencias de la mano con las aerolíneas para coordinar su retorno y evaluar sus próximos planes de promoción para apoyarlos a medida que la reactivación y la reapertura lo permitan.

Un trabajo coordinado y estructurado con los aliados del sector aeronáutico y del turismo ayudará a que el país siga por la senda de crecimiento a través de su conectividad aérea.

La meta de la entidad es recuperar a finales de 2020 el 40% de la capacidad que se tenía en una semana normal de febrero, es decir, tener 456 frecuencias semanales y 76.237 sillas semanales internacionales.





2.8

Colombia será protagonista en Expo Dubái

La participación colombiana es liderada por una comisión intersectorial encabezada por la Presidencia de la República, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Ministerio de Hacienda, la Cancillería, el Departamento Nacional de Planeación y ProColombia.



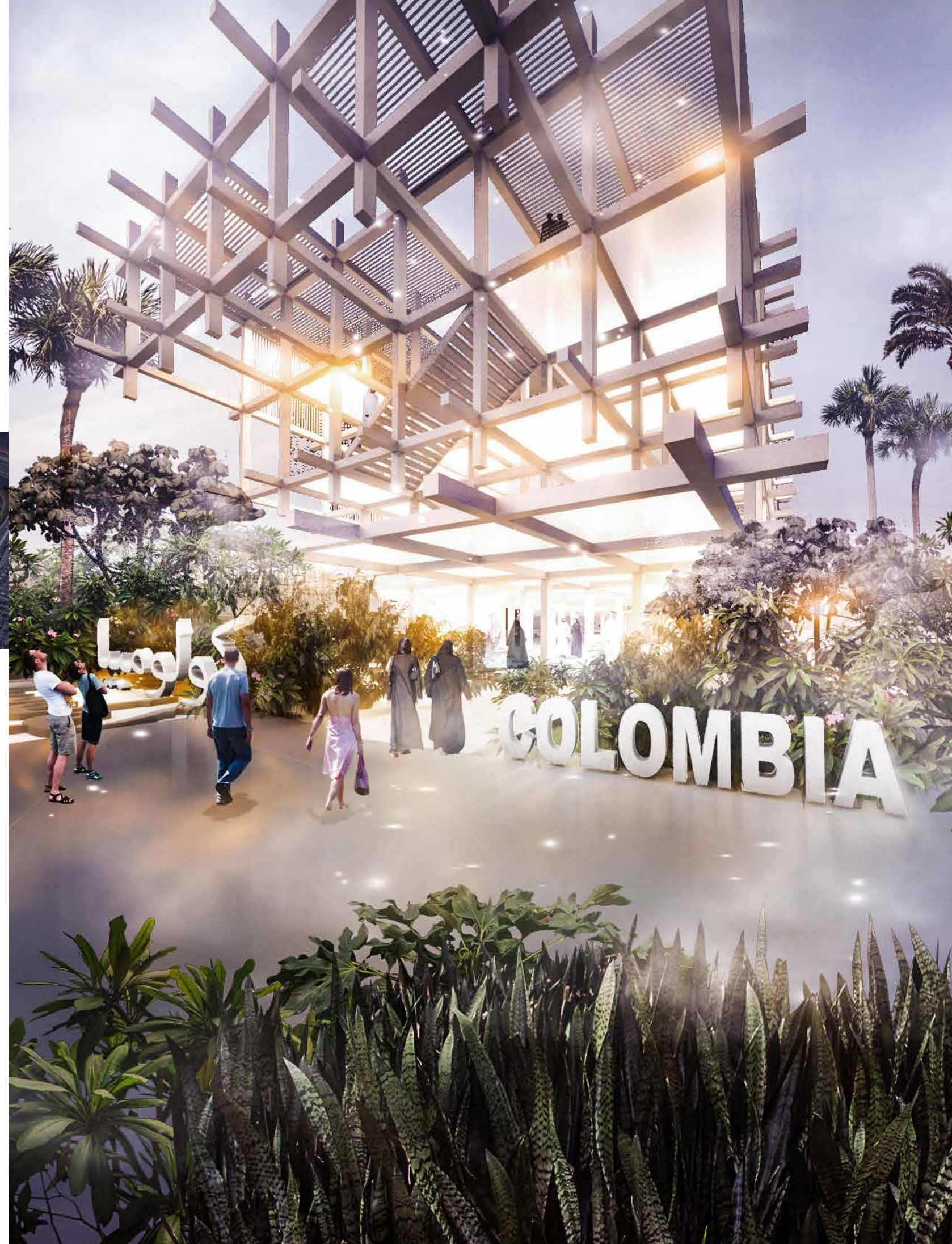
La participación del país en el escenario de promoción más importante del mundo, que se llevará a cabo por primera vez en Medio Oriente, representa una ocasión ideal para abrir las puertas de un mercado de más de 3.000 millones de potenciales consumidores en Medio Oriente, el norte de África y el sur de Asia, convirtiéndose, a su vez, en parte del Plan de Reactivación del sector Comercio, Industria y Turismo.

Además, el proyecto hace parte integral y constituye un hito de la Visión 2030, una política a largo plazo definida junto con el gobierno de Emiratos Árabes Unidos, que tiene dentro de sus objetivos el crecimiento del mercado binacional a 1 billón de dólares, la atracción de inversión a sectores como el turismo y la generación de conectividad aérea entre los dos países.

Luego del aplazamiento del encuentro en 2020 por la crisis generada por el COVID-19, se confirmó que Expo Dubái se realizará bajo los lineamientos del BIE (Bureau International des Expositions), organismo que, con el voto unánime de sus miembros, aprobó el cambio de fecha al 1º de octubre de 2021 hasta 31 de marzo de 2022. Aquí,

192 países participantes manifestaron su deseo y respaldaron el nuevo enfoque del evento: ser el punto de reencuentro de la humanidad y el epicentro para la reactivación mundial en 2021.

A la fecha, Colombia cuenta con aliados como **el Grupo Nutresa y sus empresas Colcafé, Nacional de Chocolates, Noel, Alimentos Cárnicos S.A.S.** Y ProColombia ha presentado esta oportunidad a más de **120 entidades públicas y privadas**, dentro de los cuales se encuentran siete entidades territoriales, **90 empresas exportadoras o potenciales exportadoras y 24 entidades públicas.**





3



NUESTRAS

■ **CIFRAS**



3.1

386 proyectos de inversión extranjera llegaron a Colombia

Proviene de 46 países, tienen un valor estimado de US\$14.354 millones y pueden generar más de 141 mil empleos.

Durante el periodo agosto de 2018 – julio 2020, llegaron al país 386 proyectos de inversión extranjera dirigidos a sectores no minero-energéticos, por un valor estimado en negocios por US\$14.353 millones, cifra que representa un incremento del 70% frente al periodo de agosto de 2016 – julio 2018. Cabe destacar que de esos US\$14.353 millones, US\$3.585 millones corresponden a fondos de capital.

Las inversiones fueron generadas por compañías de 46 países entre los que se destacan Estados Unidos, Brasil, Bélgica, Finlandia, China, México, Reino Unido, Japón, Singapur, Corea del Sur, Australia, Israel, Luxemburgo, India y Filipinas.

De acuerdo con los empresarios, se estima que estas inversiones pueden generar más de 141.300 empleos en 87 municipios de 23 departamentos de Colombia: Antioquia, San Andrés, Atlántico, Bolívar, Boyacá, Caldas, Casanare, Cauca, Cesar, Cundinamarca, Huila, La Guajira, Magdalena, Meta, Nariño, Norte de Santander, Putumayo, Quindío, Risaralda, Santander, Tolima, Valle del Cauca y Vichada.

Municipios reciben inversión por primera vez bajo gestión de ProColombia

Entre agosto de 2018 y julio de 2020 ProColombia apoyó la llegada de inversión a 20 municipios que por primera vez recibieron proyectos de capital extranjero gestionados por la entidad.

Abejorral, Barichara, Betulia, Bojacá, Cabuyaro, Dosquebradas, El Paso, Facatativá, Fuente de Oro, Galapa, La Tebaida, La Unión, Miranda, Neiva, Nobsa, Providencia, Puerto Asís, Salento, Sopó y Tibasosa fueron los nuevos municipios receptores de inversión.

En el mismo periodo se destaca la llegada por primera vez de inversiones gestionadas por ProColombia, provenientes de Azerbaiyán (agroindustria), Filipinas (inmobiliario) y Finlandia (telecomunicaciones y educación).

El objetivo trazado por la entidad es atraer inversión extranjera de eficiencia, es decir, aquella que reporta los mejores beneficios al aparato productivo colombiano, para conectar a Colombia con cadenas globales o regionales de valor y aumentar el grado de sofisticación de la oferta de bienes y servicios.

Estrategias gubernamentales y actividades de promoción de inversión para una gestión eficiente

Los resultados dan cuenta de políticas gubernamentales como la aprobación de la Ley de Crecimiento Económico, la cual definió reglas claras para la llegada de grandes proyectos de inversión y, también, estableció para los inversionistas una tarifa de renta del 27%, la posibilidad de contar con una depreciación acelerada de activos fijos y la apertura a la obtención de contratos de estabilidad jurídica.

También, por vía de esta Ley, la economía naranja se vio beneficiada con la exención del gravamen de renta por siete años para las empresas que sean creadas hasta el año 2021. Así mismo, esta normatividad estableció un impuesto a la renta del 9% para fomentar el desarrollo de la hotelería y el turismo (gracias a este instrumento, los inversionistas no solo pueden emprender la construcción de nuevos hoteles, sino el despegue de parques temáticos, proyectos de ecoturismo, agroturismo y muelles náuticos).

Ha sido esencial la puesta en marcha de una estrategia Red Carpet, compuesta por herramientas tributarias, institucionales, regulatorias, jurídicas y financieras que hacen más atractivo al país, bajo el liderazgo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el trabajo articulado con ProColombia y las agencias de promoción de inversión regional – Apris.

Importantes logros en materia de inversión

Durante este periodo se concretó la elección de Colombia como sede del primer Centro para la Cuarta Revolución Industrial en un país de habla hispana.

La puesta en marcha de este Centro aporta al país un espacio para co-crear, probar y refinar protocolos, marcos regulatorios y políticas que permitirán maximizar los beneficios y reducir los riesgos de tecnologías de Industria 4.0, como Inteligencia Artificial, Blockchain y registro distribuido, Internet de las cosas, robótica y ciudades inteligentes.

Con la llegada de megainversiones como la del fondo japonés Softbank en la compañía Rappi, el país vio nacer el primer unicornio colombiano, nombre que en el mundo de las start-ups reciben las compañías que logran un valor de 1.000 millones de dólares durante su proceso de levantamiento de capital.

Durante el periodo, tuvo lugar la realización del Colombia Investment Summit, evento anual que en su versión 2018 congregó a más de 480 inversionistas y generó siete anuncios de inversión por US\$442 millones. En 2019 el encuentro empresarial contó con la participación de más de 1.000 asistentes, de los cuales más de 500 fueron inversionistas internacionales que se dieron cita para buscar nuevas oportunidades de inversión. En esta oportunidad se generaron importantes anuncios por más de US\$ 1.000 millones.

Durante este periodo se impulsó el programa CO-nectados en el que la integración de Cancillería, el Ministerio de Comercio Industria y Turismo y ProColombia ha permitido un mayor aprovechamiento de la presencia de altos funcionarios del Gobierno Nacional en escenarios internacionales. Otro evento importante fue el Colombia Investment Roadshow, que tuvo lugar, por primera vez en una modalidad virtual, entre el 7 y el 9 de julio de 2020. En este encuentro se congregaron más de 800 registros y se llevaron a cabo 170 citas uno a uno con inversionistas de Reino Unido, España, Alemania, Francia, Noruega, Suiza, Estados Unidos, quienes pudieron conocer el detalle de los más de 70 proyectos presentados en sectores como infraestructura, agroindustria, industrias 4.0, logística o energía.

Desde el inicio de la pandemia originada por el COVID-19, el equipo de la Vicepresidencia de Inversión ha realizado más de 1.460 encuentros virtuales para divulgar las oportunidades que el país ofrece como destino de negocios, así como brindar acompañamiento al desarrollo de nuevos proyectos en el país y a las empresas instaladas y sus procesos de expansión y crecimiento en Colombia.



Colombia fue seleccionada como sede del primer Centro para la Cuarta Revolución Industrial en un país de habla hispana.



Megaproyectos y Anclas

Megaproyectos

Inversionista	País	No. Proyectos	Monto IED US\$ millones	Empleos estimados
SoftBank Corp	Japón	1	1.000	2.500
SeaOne Holdings	Estados Unidos	1	680	1.140
TOTAL		2	1.680	3.640

Anclas

Inversionista	No. Anclas	No. Proyectos	Monto IED US\$ millones	Empleos estimados
Argentina	1	1	10	3.000
Canadá	4	5	1.771	800
Costa Rica	1	1	1	40
España	1	1	300	0
Estados Unidos	7	9	769	1.920
Francia	1	1	300	250
Indonesia	1	1	33	250
Japón	1	3	1.007	2.750
Perú	1	1	150	900
Polonia	1	1	150	385
Reino Unido	2	3	91	11
Venezuela	1	2	13	43
TOTAL	22	29	4.594	10.349

Fuente: Información entregada por los empresarios a ProColombia

Seminarios de Promoción de Colombia como destino de IED

292 seminarios realizados en 44 países y Colombia

HUB	No. seminarios realizados
Asia	103
Europa	94
Norteamérica	37
Latinoamérica	19
Alianza Pacífico	16
Colombia	23
TOTAL	292

Monto Inversión Extranjera por departamentos

Agosto 2018 - Julio 2020

Departamento	No. Proyectos	Monto IED	Empleos estimados
Cundinamarca	186	5.911.143.444	64.208
Antioquia	67	1.886.060.994	20.475
Valle del Cauca	33	1.532.100.000	9.954
Boyacá	7	1.172.450.000	715
Atlántico	20	702.491.027	1.846
Cesar	4	505.200.000	10.650
Bolívar	17	496.215.000	11.912
Meta	8	411.000.000	4.077
La Guajira	3	380.000.000	n.d
Casanare	1	240.000.000	700
Quindío	8	218.600.000	2.090
Caldas	2	166.000.000	410
Huila	2	153.000.000	287
Santander	6	122.600.000	538
Magdalena	4	112.500.000	255
Risaralda	5	108.215.000	1.669
Tolima	2	100.000.000	310
Norte de Santander	1	65.000.000	4.500
Cauca	4	39.250.000	960
Vichada	1	15.000.000	100
Putumayo	3	14.500.000	3.140
Nariño	1	2.000.000	2.500
San Andrés	1	240.000	8
TOTAL	386	14.353.565.465	141.304

Fuente: Información entregada por los empresarios a ProColombia

Monto Inversión Extranjera por cadenas incluye fondos de inversión

Cadena productiva	Monto IED US\$ millones	No. Proyectos	Empleos estimados
Agroalimentos	1.009	58	16.362
Competitividad	7.945	70	57.313
Industrias 4.0	2.084	88	34.498
Metalmecánica y Otras Industrias	544	41	4.176
Químicos y ciencias de la vida	711	50	7.809
Turismo y Otros	2.060	79	21.146
TOTAL	14.354	386	141.304

*Incluye 54 proyectos informados por 40 fondos de capital por un valor de US\$3.585 millones





3.2

Las cifras y logros históricos que registra el turismo entre 2018 y 2020

La llegada de 4,5 millones de viajeros en 2019, el mejoramiento de los travel warning con ocho países y numerosos reconocimientos internacionales son algunos de los logros de la industria en el país.

El turismo en Colombia se ha convertido en la última década en una fuente importante de divisas y empleo para el país. Gracias a esto, el presidente Iván Duque ha llamado al sector "el nuevo petróleo", pues en 2019 generó US\$6.751 millones, un 2% más que en 2018, manteniéndose como el sector no minero energético que más genera divisas.

Tan solo en el 2019 llegaron al país 4,5 millones de visitantes no residentes, un aumento de 3% frente al 2018 (para este periodo Suramérica decreció -3,5%) siendo Estados Unidos, México, Perú, Argentina, Brasil y Chile los países que más emiten viajeros hacia Colombia.

Los reconocimientos internacionales le dieron al país un respaldo y confirmaron su vigencia como destino turístico de talla internacional. Por un lado, los World Travel Awards, uno de los premios más importantes de la industria de viajes a nivel internacional, reconocieron a Colombia como destino líder en Suramérica para 2019, además Cali, Cartagena y Bogotá fueron reconocidas como destinos para la cultura, lunas de miel y reuniones, respectivamente.

De hecho, para 2020 estos premios nominaron nuevamente a Colombia.



14 categorías

como Mejor Destino de Suramérica, Principal Destino de Naturaleza de Suramérica y Principal Destino Cultural de Suramérica, entre otros.

Además, Ustoa, la asociación de turoperadores más importante de Estados Unidos, eligió a Colombia como el país número uno en el listado de los destinos recomendados para hacer turismo en 2020.

Por otro lado, en 2019 Colombia mejoró sus advertencias de viaje, síntoma de cómo ha cambiado de forma positiva la percepción del país en el mundo. Alemania, Canadá, Corea del Sur, Estados Unidos, Francia, Italia, Japón y Reino Unido han sido los países que han modificado sus alertas de viaje.

En cuanto a los avances generados en turismo de reuniones, entre agosto de 2018 y julio de 2020 ProColombia apoyó a los empresarios en la captación de 860 eventos entre congresos, convenciones, viajes de incentivo y eventos deportivos provenientes de 51 países, en los que se espera la participación de 183.000 personas.

Respecto al Programa de Formación Exportadora en Turismo, entre agosto de 2018 y julio de 2020 se han ofrecido 521 cápsulas y seminarios alcanzado a 28.084 asistentes de los 32 departamentos del país.

Ahora bien, el 2020 también empezó con buenas noticias. Ganamos por cuarta vez consecutiva el Global Big Day, la competencia de observación de aves más importante del mundo. Los Webby Awards le entregaron a Colombia.travel (el portal web oficial de turismo del país) el reconocimiento a la mejor página de internet de turismo en el mundo.

Y de acuerdo con la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA) Colombia sigue entre los 30 países que más realizan eventos a nivel mundial y el tercero en América Latina. Además, en Colombia Travel Mart 2020, la macrorrueda de turismo más importante del país, se registraron US\$79 millones en expectativas de negocios, superando en un 38% la cifra registrada en 2019.

En términos de conectividad aérea, en el primer bimestre del año se lograron 30.220 nuevas sillas, es decir alrededor de 2% más que el mismo periodo del año anterior. Tan solo en febrero el país registraba 1.142 frecuencias y 190.593 sillas semanales internacionales. Y finalmente, en cuanto a la promoción del turismo de reuniones a nivel internacional, se han acompañado a los empresarios en la captación de 226 eventos.

Visitantes no residentes

Tipo	Ene - Dic 2018	Ene - Dic 2019	Ene - May 2020
Visitantes no residentes	4.019.507	4.167.646	906.836
Cruceros	378.081	361.531	134.357
TOTAL	4.397.588	4.529.177	1.041.193

*Fuente - Migración Colombia

Turismo de reuniones

Tipo de evento	No. de Eventos Captados	No. de participantes esperados	"Gasto estimado US\$ millones"
Viajes de incentivos	297	16.741	7,9
Otros eventos	202	49.091	23,2
Convenciones	182	14.654	6,9
Congresos	146	79.496	37,5
Deportivos	33	23.024	10,9
TOTAL	860	183.006	86,4

Fuente: Información entregada por los empresarios a ProColombia
* Gasto estimado con base en la información del estudio "Contribución Económica de la Industria de Reuniones en Colombia" del 2019. Estima el gasto per cápita en US\$472.





3.3

Lazos fortalecidos con los exportadores

Desde agosto de 2018 hasta julio de 2020, 3.958 empresas de 172 municipios de 26 departamentos de Colombia reportaron negocios por US\$9.597 millones, con 11.574 compradores de 160 países, con el acompañamiento de ProColombia.

Bajo la premisa de Inspirar para Exportar, desde agosto de 2018 al 30 de julio de este año, ProColombia fortaleció los lazos con los exportadores y emprendedores de todo el país que quieren exportar o expandirse internacionalmente, con mejoras en algunas de las principales herramientas que ofrece la entidad.

Es así como en 2019 se realizaron las primeras versiones de Futurexpo Naranja en Bogotá, Bucaramanga, Cali, Valledupar, Pereira y Barranquilla, con el fin de incentivar las exportaciones de las compañías que hacen parte de las industrias creativas y culturales en las regiones, una prioridad para el Gobierno Nacional.

Paralelo a esto, Futurexpo Multisectorial continuó su gira por los diferentes departamentos del país con el fin de seguir motivando la ampliación de la base exportadora con más empresas y productos. A julio de este año, Futurexpo contó con la asistencia de 8.725 personas en 32 departamentos del país.

De igual manera, el programa Comex tuvo una actualización en beneficio de los exportadores nacionales. Se convirtió en Comex 360 para atender, de manera permanente, la necesidad de crear o de fortalecer el área de comercio exterior de las compañías.

Se robustecieron los Programas de Formación Exportadora para que los interesados puedan profundizar en talleres teórico-prácticos en los temas básicos y especializados de comercio

exterior. Estos se diseñan de acuerdo con las necesidades en los 32 departamentos en alianza con entidades regionales, cámaras de comercio y universidades. El objetivo es tener 100.000 asistentes durante el cuatrienio.

También se acompañó a los empresarios interesados en internacionalizarse, con visitas a empresas de amplia trayectoria exportadora para que compartieran sus buenas prácticas. Igualmente, se realizó el lanzamiento de la campaña Verdades que Inspiran, cuyo propósito es motivar a los empresarios e incentivarlos a exportar a través del ejemplo de personas que ya lo están haciendo de manera exitosa.

Finalmente, se están organizando Consorcios de Exportación, utilizando el modelo de Onudi, que promueve y desarrolla la alianza entre empresas de diferentes o de iguales sectores productivos, para realizar exportaciones mediante acciones conjuntas mejorando de manera significativa sus posibilidades de aumentarlas, reducir costos y riesgos.

Cabe destacar que, durante los primeros meses de la pandemia en 2020, ProColombia relanzó sus servicios de forma virtual para seguir atendiendo a los empresarios interesados en internacionalizar su compañía: Macrorrueda 80, Formación Exportadora, Futurexpo, Benchmarking Exportador, Misiones Logísticas, Acompañamiento Exportador, así como la Macrorrueda Internacional, ruedas de negociaciones especializadas, showrooms y ferias internacionales.

En la labor de acompañamiento a los exportadores a consolidarse en los mercados internacionales o diversificar sus mercados, aprovechando los acuerdos comerciales, de agosto 2018 a julio 2020, se han generado 202 encuentros comerciales entre compradores internacionales y empresarios nacionales, tanto en Colombia como en el exterior.

• **Se realizaron 73 actividades en Colombia:** la Macrorrueda Bicentenario que congrega el mayor número de empresarios, 33 misiones de compradores y 38 ruedas de negocios, durante las cuales los exportadores reportaron negocios por US\$159 millones. En menos de 48 horas, la Macrorrueda 80 se convirtió en una plataforma de negocios virtuales, que generaron **US\$4,6 millones en ventas inmediatas y US\$83 millones en expectativas.**

• **A nivel internacional, se realizaron 129 actividades en 31 países:** seis macrorruedas, incluidas la de Turquía y Shanghái, 13 ruedas de negocio, 83 ferias internacionales, 18 misiones de vendedores, nueve showrooms y otro tipo de actividades, en las que los empresarios reportaron negocios spot por **US\$41 millones.**

La gestión en cifras

Como resultado del acompañamiento y de la participación de las empresas en las diferentes actividades de promoción, de agosto de 2018 a julio de 2020,

3.958 empresas  **de 172 municipios en 26 departamentos**

reportaron negocios por **US\$9.597 millones, con 11.574 compradores de 160 países.** Todo esto con el acompañamiento de ProColombia.

De estas compañías, **616 son medianas empresas,** las cuales reportaron negocios por **US\$1.076 millones.**

En economía naranja, entre agosto de 2018 y julio de 2020, **371 empresas de 63 municipios de 14 departamentos reportaron negocios por US\$434 millones, con 1.099 compradores de 63 países.**

Durante el mismo periodo **1.737 empresas, de 26 departamentos,** informaron por primera vez negocios a ProColombia por un valor de **US\$411 millones.**

Todo lo anterior, con base en los dos pilares estratégicos de Aprovechamiento de Acuerdos Comerciales y Mercados Estratégicos, así como en la Facilitación al Comercio (con las mesas interinstitucionales y sectoriales, y la estrategia Estado Simple Colombia Ágil) que lidera el MinCIT, y haciendo énfasis en comercio electrónico, economía naranja y trabajo con empresas medianas.

Para cumplir con la meta US\$27.000 millones en exportaciones no minero energéticas a 2022, ProColombia trabaja también en un plan de promoción de exportaciones en departamentos distintos a los que tradicionalmente exportan o tienen más peso en las exportaciones no mineras del país.

9 puntos subió la participación de los negocios de bienes reportados a ProColombia en las exportaciones no mineras en dos años

Exportaciones Bienes US\$ millones

Año	2017	2018	2019
Exportaciones Bienes no mineras DANE	14.942	15.364	15.310
Valor negocios bienes reportados a ProColombia	2.652	3.466	4.040
%Part. ProColombia sobre total DANE	18%	23%	26%

Fuente: DANE e información de empresarios

Monto de negocios reportados a ProColombia por país

Agosto 2018 - Julio 2020

País	Monto
Estados Unidos	1.920.718.955
Ecuador	1.235.954.765
México	827.083.195
Brasil	779.261.408
Perú	650.285.938
Chile	360.314.143
Argentina	327.896.679
Canadá	313.743.490
Alemania	239.254.914
Panamá	226.824.041
Guatemala	213.563.083
República Dominicana	203.965.115
España	184.392.024
El Salvador	177.045.697
Costa Rica	146.484.032
Reino Unido	134.982.010
Países Bajos	134.773.372
Japón	130.460.779
Bélgica	91.418.361
Puerto Rico	85.339.346
Otros	1.212.747.968

TOTAL 9.596.509.314

Fuente: Información entregada por los empresarios a ProColombia

Monto de negocios reportados a ProColombia por cadena

Agosto 2018 - Julio 2020

Cadena Productiva	Monto	No. Empresas
Agroalimentos	2.708.503.380	997
Industrias 4.0	923.499.046	484
Metalmecánica y otras industrias	2.924.755.038	713
Químicos y ciencias de la vida	2.114.171.003	537
Sistema moda	925.580.847	1.284

TOTAL 9.596.509.314 3.958

Empresas medianas 1.075.936.420 616

Fuente: Información entregada por los empresarios a ProColombia

Monto de negocios reportados a ProColombia por departamento

Agosto 2018 - Julio 2020

Departamento	Monto	No. Empresas
Cundinamarca	4.172.994.421	1.356
Antioquia	2.278.237.633	1.040
Valle del Cauca	1.198.846.171	396
Atlántico	512.332.740	184
Bolívar	414.878.958	84
Magdalena	266.649.331	36
Risaralda	196.342.428	152
Santander	178.841.971	271
Caldas	165.330.075	102
Córdoba	74.439.397	9
Norte de Santander	29.584.004	81
Huila	29.341.775	30
Cauca	26.016.903	33
Quindío	25.629.774	55
Boyacá	14.705.758	17
Tolima	8.221.884	41
Meta	1.332.201	9
Cesar	944.797	17
Sucre	705.944	7
Nariño	644.550	21
Casanare	399.981	2
Putumayo	42.500	3
La Guajira	39.500	6
Chocó	4.286	4
Vichada	1.831	1
Vaupés	500	1

TOTAL GENERAL 9.596.509.314 3.958

Fuente: Información entregada por los empresarios a ProColombia

Monto de negocios reportados a ProColombia por sector

Agosto 2018 - Julio 2020

Sector	Monto
Agroindustrial	815.836.539
Textiles y Confecciones	804.176.567
Vehículos y otros medios de transporte	724.954.198
Plástico y caucho	685.429.332
Químico	620.878.895
Artículos de hogar oficina hoteles e industrial	541.766.420
Agrícola	521.472.953
Materiales de construcción	414.874.903
Flores y plantas vivas	399.379.577
Ingeniería y servicios de construcción	395.373.975
Bpo	361.488.788
Software y Servicios TI	329.598.718
Aceites y grasas	302.085.350
Envases/Empaques	265.839.645
Farmacéutico	258.281.002
Metalmecánica	251.363.196
Autopartes	227.787.367
Instrumentos y aparatos	213.066.023
Cosméticos y productos de aseo	200.857.521
Servicios de salud	121.070.952
Otros	1.140.927.392

TOTAL GENERAL 9.596.509.314

Fuente: Información entregada por los empresarios a ProColombia





3.4

Marca País Colombia, el sentido del orgullo patrio

Con el nombramiento de los Embajadores de Lo mejor de Colombia y un trabajo enfocado en incrementar el amor y respeto por lo que significa nuestra bandera, la marca COLOMBIA CO sigue fomentando el orgullo de los colombianos dentro y fuera del país.

La Marca País Colombia busca incrementar el amor, el orgullo, la emoción, el respeto por los símbolos patrios y por su gente, reconocer la labor de los colombianos que dejan en alto el nombre de nuestro país y darle un sentido especial a lo que significa haber nacido en Colombia.

En ese empeño, durante los últimos dos años se han nombrado varios Embajadores de Lo mejor de Colombia, una estrategia que busca resaltar a todas aquellas personalidades que cuentan con reconocimiento local e internacional y que pueden mostrar todo lo bueno que tiene el país.

En este periodo reconocimos a Fonseca, que gracias a su trayectoria y talento musical ha divulgado por el mundo las cualidades y valores que representan a Colombia.

También deportistas como el tenista Santiago Giraldo, la apneísta Sofía Gómez o el relator argentino, Mario Sábato, han sido objeto del mismo reconocimiento.

Más recientemente, la Marca País nombró Embajadores 4.0 a emprendedores del sector de las industrias creativas y la economía naranja como Rappi, Platzi, Stereotheque, Mi Águila, Truora, World Tech Makers y Frubana.

Además de liderar destacados proyectos, cabe destacar que los Embajadores 4.0 reaccionaron solidariamente durante la emergencia del Covid-19 para contribuir en el sostenimiento de la productividad y facilitar que los ciudadanos pudieran cumplir el aislamiento en sus casas.

El objetivo del nombramiento de los 'Embajadores 4.0' es fomentar la llegada de más inversión extranjera directa a los emprendimientos digitales del país e impulsar las exportaciones colombianas.

"Nuestros 'embajadores' representan lo mejor de Colombia: son artistas, profesionales y deportistas que se destacan en sus áreas. Además, poseen valores que nos deben identificar como colombianos: son talentosos y trabajadores, y llevan con mucho orgullo nuestra bandera por prestigiosos escenarios internacionales. Ellos nos ayudan a ampliar el alcance de nuestros mensajes, lo que contribuye con el posicionamiento del país", explicó Flavia Santoro, presidenta de ProColombia.

Celebraciones alrededor de la Marca País

Para fechas como el 20 de Julio, la Marca País ha hecho un trabajo sobresaliente en el propósito de aumentar el orgullo patrio.

En 2019, bajo los mensajes **#ViveTuBandera** y **#MásColombianoQueNunca**, se llevó a cabo una campaña que incluyó actividades como el grafiti tour en el barrio 20 de Julio de Bogotá, que relató la historia de la Independencia.

En el exterior luces con el tricolor de nuestra bandera iluminaron el Tokyo Skytree en Japón.

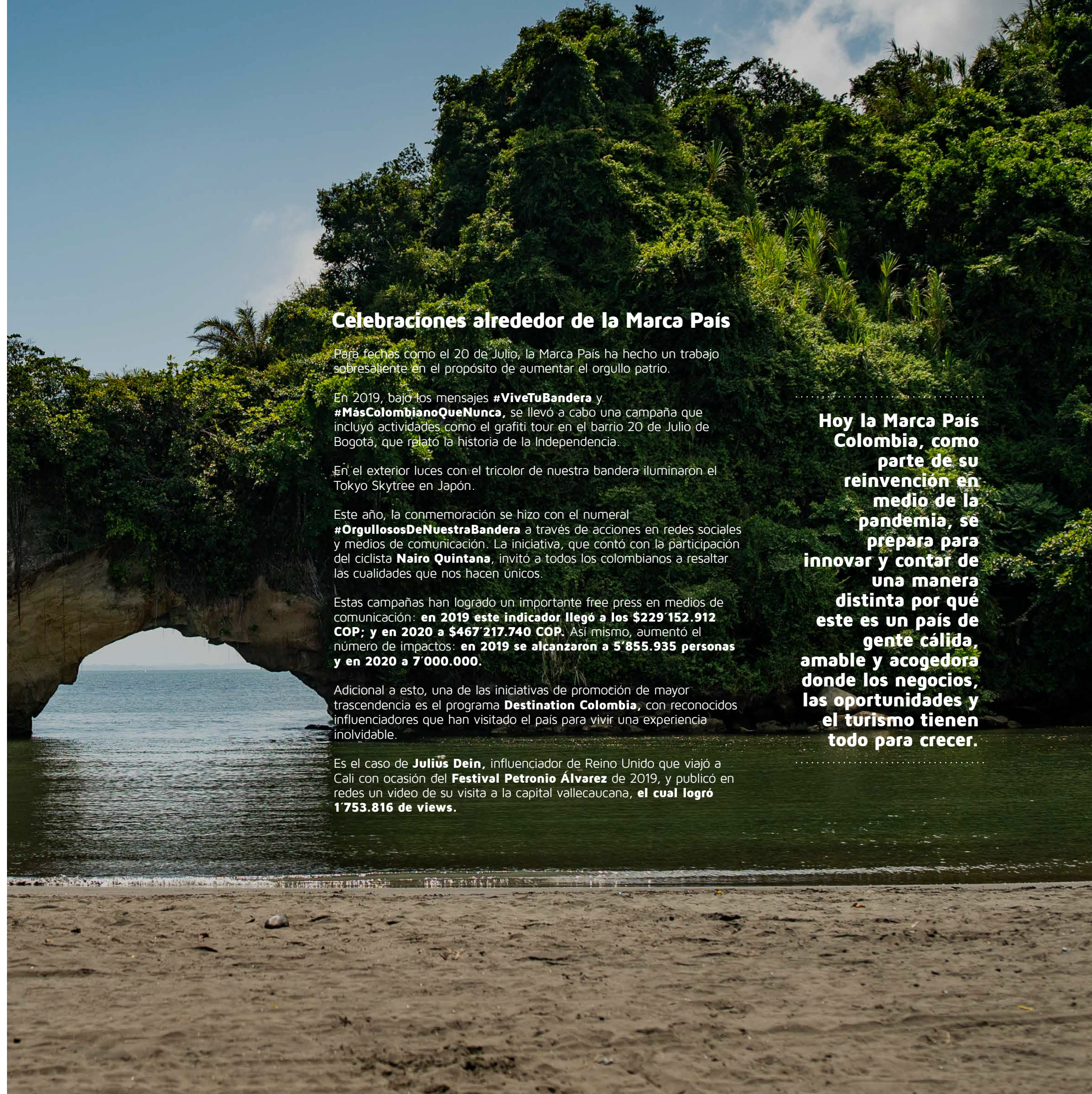
Este año, la conmemoración se hizo con el numeral **#OrgullososDeNuestraBandera** a través de acciones en redes sociales y medios de comunicación. La iniciativa, que contó con la participación del ciclista **Nairo Quintana**, invitó a todos los colombianos a resaltar las cualidades que nos hacen únicos.

Estas campañas han logrado un importante free press en medios de comunicación: **en 2019 este indicador llegó a los \$229'152.912 COP; y en 2020 a \$467'217.740 COP.** Así mismo, aumentó el número de impactos: **en 2019 se alcanzaron a 5'855.935 personas y en 2020 a 7'000.000.**

Adicional a esto, una de las iniciativas de promoción de mayor trascendencia es el programa **Destination Colombia**, con reconocidos influenciadores que han visitado el país para vivir una experiencia inolvidable.

Es el caso de **Juliús Dein**, influenciador de Reino Unido que viajó a Cali con ocasión del **Festival Petronio Álvarez** de 2019, y publicó en redes un video de su visita a la capital vallecaucana, **el cual logró 1'753.816 de views.**

Hoy la Marca País Colombia, como parte de su reinención en medio de la pandemia, se prepara para innovar y contar de una manera distinta por qué este es un país de gente cálida, amable y acogedora donde los negocios, las oportunidades y el turismo tienen todo para crecer.





3.5

El soporte para una buena gestión

Las áreas transversales, que incluyen a la Vicepresidencia de Innovación e Inteligencia Sectorial, la Vicepresidencia de Planeación, las gerencias de Comunicaciones, Mercadeo, Talento Humano, la Secretaría General y la Secretaría Privada, cumplen un papel fundamental en la organización al apoyar a cada uno de los ejes de negocio para alcanzar las metas que se han propuesto.

Innovación, la clave para llegar a los mercados extranjeros

Desde la Vicepresidencia de Innovación e Inteligencia Sectorial se desarrollaron diferentes herramientas para apoyar a los empresarios en su proceso de internacionalización. **ExportAccess, Ojos en el mundo y Site Selection son las más relevantes en los últimos dos años.**

ExportAccess es una herramienta que fue diseñada especialmente para las mipymes de la región de las Américas y el Caribe, reuniendo información como medidas sanitarias, requisitos ambientales, permisos, licencias, etiquetado y empaque, y que ya cuenta con 4.899 empresas registradas. Aquí, los empresarios pueden encontrar información de cinco países de origen y nueve de destino, así como informarse de requisitos no arancelarios en estas regiones.

ProColombia también lanzó Ojos en el Mundo, la primera comunidad online de colombianos residentes en el extranjero que busca que los connacionales en el exterior recolecten información de tendencias, hábitos de consumo, precios y empaques de diferentes productos y servicios con potencial exportable. A la fecha, hay más de 1.600 miembros comprometidos con el proceso de internacionalización de las empresas colombianas, con un crecimiento promedio trimestral de 30%.

Otra herramienta desarrollada fue **Site Selection**. Con el fin de ayudar a los empresarios inversionistas a definir la mejor ciudad en Colombia para instalar su operación, se incluyó en esta herramienta información económica, de costos, logística, de competitividad y tejido empresarial para todos los sectores.

Igualmente, es importante resaltar que desde la Coordinación de Logística y competitividad de la Vicepresidencia se rediseñó la estrategia de Alianzas Logísticas vinculando nuevos actores de la cadena logística de comercio exterior como transportadores, modo férreo, navieras y certificadoras en mercancías peligrosas.

Además, con el propósito de fortalecer los procesos de toma de decisión de los empresarios, se trabajó en la construcción y mejora de modelos que ayuden a definir el potencial que tienen los mercados y los productos en los diferentes ejes de ProColombia. Es así como se construyó un modelo de potencialidad en inversión especializado en Estados Unidos, se avanzó en la construcción del modelo de potencialidad para la cadena de Metalmecánica y Otras Industrias en el país norteamericano, y se realizaron dos modelos de potencialidad de Turismo.

La estrategia como eje central de la entidad

El ejercicio de planeación estratégica que ProColombia requiere para el logro de sus objetivos se ha realizado anualmente desde la Vicepresidencia de Planeación de manera innovadora y estratégica.

Para 2020 a través de una propuesta metodológica de construcción conjunta entre Colombia y los hubs, la retroalimentación de nuestros stakeholders y las necesidades identificadas, se diseñó una hoja de ruta con los diferentes grupos de interés para definir objetivos.

Para facilitar el seguimiento, dar la información y contribuir a los análisis y toma de decisiones, se desarrollaron, entre otras herramientas, tres tableros de seguimiento al interior de la entidad, así como seis análisis de variables estratégicas de inversión, exportaciones, comportamiento de cadenas productivas y seguimiento de desempeño.

Además, con el fin de registrar toda la gestión organizacional, tener trazabilidad y poder medir los resultados de estas estrategias, se habilitaron desde Tecnología las funcionalidades requeridas sobre nuestro CRM –NEO–, permitiendo, por ejemplo, la identificación de actividades en conjunto con las embajadas en el exterior bajo el marco de CO-nectados, y el registro de proyectos de inversión por sector por parte de los empresarios en el Banco de proyectos.

Como parte de los logros del área, también sobresale la pronta respuesta para automatizar el agendamiento virtual de más de 8.000 citas de negocios en la Macrorrueda Virtual 80 ante la coyuntura del Covid 19, y las renovaciones en infraestructura de tecnología, red inalámbrica y contact center virtual para garantizar todas las herramientas necesarias para el teletrabajo.



Fuente de noticias positivas

ProColombia se consolidó como fuente de buenas noticias y aliado de los medios de comunicación internacionales y nacionales, brindando información oportuna, a la medida y con valor agregado para los empresarios.

La Gerencia de Comunicaciones fortaleció el trabajo articulado con Presidencia de la República, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y demás entidades de Gobierno, respondiendo a los requerimientos de prensa y de forma proactiva proponiendo temas que impactaron en la agenda mediática.

En Colombia centró su estrategia, alineada siempre con los objetivos y mensajes de los ejes, en lograr publicaciones de mayor impacto y en aumentar su presencia en medios regionales, en radio y en televisión. Como resultado de la gestión, entre agosto de 2018 y julio de 2020 el valor alcanzado en free press gracias a las publicaciones nacionales gestionadas fue de \$110.712 millones de pesos colombianos.

La comunicación internacional tuvo en los press trips una herramienta clave para su éxito. En los primeros dos años del Gobierno la Gerencia organizó y acompañó 238 viajes de prensa internacional con 482 periodistas y 398 medios impactados. Esto, sumado al trabajo realizado para acompañar y promocionar eventos clave alrededor del mundo como Fitur, la Macrorrueda de Colombia en Shanghai y el Colombia Inside Out, permitió en este periodo alcanzar un free press de \$252.083 millones de pesos colombianos.

Finalmente, la comunicación empresarial fue uno de los ejes fundamentales de la Gerencia. A través de contenido novedoso (newsletters, videos y podcasts), con un formato e imagen estandarizadas, y de múltiples publicaciones en medios gremiales se compartió información sectorial, tendencias y mejores prácticas, con el fin de acercar a los empresarios a ProColombia, facilitar su labor y promover su interés por exportar e invertir en el país.

Innovación, la clave para llegar a los mercados extranjeros

Desde Mercadeo se desarrollaron estrategias y campañas innovadoras para apoyar la promoción de los tres ejes.

En el área de turismo, se lograron importantes reconocimientos como el reciente Webby's People's Voice Award por el mejor sitio web de turismo a nivel global, el primer premio a la innovación en ProColombia, y mejores participaciones de las Américas en las ferias ITB y World Travel Mart.

Además, se llevó a cabo la campaña internacional 'Visita Colombia, Siente el Ritmo', llegando a más de 90 países y 290 millones de hogares a través de plataformas digitales. Esta campaña junto a la serie documental The Birders, sobresalen como estrategias de mercadeo que no solamente han marcado la pauta en la promoción del país, sino que han convertido a Colombia en un gran referente internacional en la industria.

Paralelamente, el lanzamiento de la primera campaña de Exportaciones De Origen Colombiano, que de manera integral involucró a las cinco cadenas productivas, alcanzó más de 2.500 impresiones, 25.700 clics y 569.806 vistas. Para dicha campaña se desarrollaron recursos audiovisuales para cada cadena productiva en varios idiomas, y su promoción tuvo lugar en nueve países.

Por otro lado, en los últimos dos años se realizaron más de 15 planes de medios internacionales, sumando 25 millones de impresiones y más de 500.000 clics para los ejes de Exportaciones e Inversión. Para este último eje se desarrolló la campaña Time, Place and Opportunities.

Así mismo, en el camino hacia la digitalización y el acceso rápido a la información, se logró acelerar el uso de herramientas digitales para facilitar la labor de los empresarios y aumentar las oportunidades de negocios.

Entre las iniciativas para lograrlo sobresalen: el rediseño del catálogo de oferta exportable con más de 2.000 empresas colombianas registradas y más de 19.000 contactos con compradores internacionales, la APP ProColombia que alcanzó los 1.026 registros y 496 postulaciones de negocios, el rediseño del portal de Exportaciones ColombiTrade para perfil exportador, el incremento del 40% del tráfico a los portales de inversión en inglés y español, y los más de 400.000 seguidores nuevos en las redes sociales de la organización.

Nuestra contribución al desarrollo social y ambiental

Desde 2018 hasta 2020 ProColombia contribuyó al desarrollo social del país mediante el acompañamiento a empresarios nacionales y extranjeros que buscaban en los colombianos el talento, esfuerzo y compromiso para el desarrollo de sus iniciativas.

En el caso de la promoción de Exportaciones, se ofrecen servicios para divulgar información con temáticas sostenibles y se brindan asesorías para la aplicación de metodologías sostenibles que permiten aumentar la productividad social y la competitividad en regiones apartadas del país, beneficiando a productores, campesinos, comunidades de poblaciones vulnerables, minorías, o afectados por el conflicto armado, así como respetar el entorno y los recursos naturales.

Igualmente, se acompañaron iniciativas de turismo sostenible en todas las regiones del país, se impulsó la creación de una categoría especial de sostenibilidad en los Premios Nacionales de Turismo, y se apoyaron proyectos de turismo comunitario para generar desarrollo equitativo y sostenible.

Además, desde 2020 se empezó a trabajar en la estrategia de inversión para el desarrollo sostenible, donde se priorizaron destinos de inversión extranjera eficiente, herramientas de competitividad, crecimiento, empleo y desarrollo.



.....
Finalmente, por cuenta del programa de voluntariado corporativo Proactivos, en los últimos dos años se beneficiaron más de 10 fundaciones, impactando 1.270 personas, gracias a las más de 20 actividades realizadas con 121 voluntarios participantes.
.....

ProColombia, entre los mejores lugares para trabajar en América Latina

Por primera vez ProColombia ocupó el segundo lugar en el ranking de Los Mejores Lugares para Trabajar en Colombia para las mujeres, según la encuesta de Great Place to Work de 2019.

Gracias a los resultados obtenidos en 2019, la entidad fue galardonada con tres reconocimientos en la categoría de empresas de menos de 500 empleados: ocupó el puesto número 12 entre Los Mejores Lugares para Trabajar en Colombia 2019; el segundo lugar en el ranking de Los Mejores Lugares para Trabajar en Colombia para las mujeres; y la posición 19 entre Las Mejores Empresas para Trabajar en América Latina, la más alta en la historia de la organización.

El balance entre la vida y el trabajo, y las diferentes iniciativas adelantadas desde Talento Humano, han llevado a que los colaboradores encuentren en ProColombia oportunidades de crecimiento profesional y personal.

Un ejemplo de lo anterior fue el lanzamiento de la marca empleadora Creciendo Juntos con el País, donde a través de acciones enfocadas en incrementar el sentido de pertenencia del equipo, se aumentó el índice de compromiso de Great Place to Work de 76 a 88 puntos.

Adicionalmente, desde 2019 se han compartido, con todo el equipo de ProColombia, la gran mayoría de vacantes internas y mixtas, incrementando ampliamente el número de postulaciones internas y logrando 41 promociones en 2019, y 11 en el primer semestre de 2020.

Igualmente, se realizó un programa de liderazgo dirigido a 70 personas de la organización, del cual se derivaron proyectos para implementar en las diferentes áreas a lo largo de 2020.

Durante este último año, los esfuerzos se han enfocado en apoyar al equipo en medio del aislamiento social, por medio de las más de 200 comunicaciones internas y actividades de bienestar enfocadas en contribuir a la calidad de vida de los colaboradores.



3.6

Hoja de ruta para recuperar la economía y generar empleo

Desde el inicio del aislamiento preventivo obligatorio decretado por el presidente Iván Duque, el Gobierno Nacional, en cabeza de la vicepresidente Marta Lucía Ramírez y del ministro José Manuel Restrepo, comenzó a trabajar en el Plan de Reactivación del Sector Comercio, Industria y Turismo, el cual está enmarcado en la estrategia gubernamental Compromiso por Colombia.

ProColombia cumplió un rol articulador y protagónico en la construcción del Plan, pues esta iniciativa busca impactar las exportaciones no mineras, la atracción de inversión extranjera directa y la promoción de Colombia como destino turístico internacional.

Dentro de dicha iniciativa, establecimos unos pilares fundamentales concebidos específicamente para cada uno de nuestros ejes misionales.

Por ejemplo, en cuanto a las exportaciones no mineras, nos enfocamos en la promoción de exportaciones de servicios basados en el conocimiento, la promoción del comercio electrónico y el aprovechamiento de nuevas oportunidades comerciales.

Cuando de atracción de inversión se trata, el Plan contempla una acción puntual: la atracción de inversión extranjera de eficiencia.

Dicha acción se sustenta en el fortalecimiento de herramientas de facilitación; la atracción de empresas en relocalización que buscan una nueva organización de sus cadenas de suministro y especialmente mayor cercanía a los consumidores; y, finalmente, la adopción de Medidas Estratégicas Sectoriales y Regionales.

Con relación al turismo internacional, estamos enfatizando en cuatro elementos, a la luz de los conceptos de sostenibilidad y confianza: conectividad; herramientas para empresarios; sinergias institucionales y promoción.

Un Plan con metas ambiciosas

El Plan de Reactivación del sector Comercio, Industria y Turismo incluye una serie de metas asociadas a las exportaciones, la inversión y el turismo.

En el eje de exportaciones, ProColombia le apunta a acompañar ventas internacionales de servicios por 830 millones de dólares al cierre de 2020 y 950 millones de dólares al 2022.

Así mismo, esperamos que un total de 334 empresas que ofrezcan Servicios Basados en el Conocimiento hayan recibido apoyo de ProColombia al término de 2020. Y al finalizar este Gobierno habremos acompañado 354 empresas de este tipo.

En 2020 nos habrán reportado negocios por US\$ 6 millones llevados a cabo por 200 empresas colombianas vinculadas a Colombia a un Clic. Y en el 2022, alcanzaremos los US\$ 12 millones en ventas, gracias a 400 compañías colombianas haciendo negocios por cuenta de ese mismo Programa.

Además, ya priorizamos 134 bienes y servicios, que serán exportados por 1.911 empresas colombianas, para 3.526 compradores de 57 países.

Con relación a la atracción de inversión extranjera directa no minera, ya hemos identificado 100 empresas ancla, es decir compañías que facilitan encadenamientos productivos con empresas locales, dinamizan la economía, promueven el desarrollo regional y generan empleo.

De la mano con el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, trabajamos en un paquete de medidas que hagan más atractivo invertir en Colombia y que faciliten los negocios.

Con estas medidas, sumadas al trabajo en equipo con las entidades de Gobierno y regiones del país, esperamos que en los próximos dos años se establezcan en Colombia 50 empresas ancla.

Esto solo es posible si ese paquete de medidas normativas se concreta. Para ello, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha venido trabajando con las diferentes carteras para someter a consideración del Congreso de la República la aprobación de las normas pertinentes.

Adicionalmente, hay una gran oportunidad para el país y desde ProColombia estamos trabajando para aprovecharla. Es una realidad que conforme las compañías internacionales diversifican sus cadenas regionales de valor, Colombia se consolida como un destino ideal de nearshoring.

Las cadenas globales de valor se están acortando, lo que quiere decir que las grandes multinacionales están buscando proveedores más cercanos a sus consumidores.

Trabajamos para encontrar oportunidades y sacar el mejor provecho de esta situación.

Respecto al eje de turismo, Colombia se convirtió en el primer país de la región en lanzar un sello de bioseguridad, Check in Certificado, COVID-19 bioseguro, con el respaldo de la Organización Mundial del Turismo. ProColombia jugó un papel de importancia en ese logro.

Pero más allá de lo anterior, el Plan también incluye varias estrategias muy exitosas relacionadas con la reactivación del sector, las cuales ya arrojan resultados positivos.

Con relación a la conectividad, a partir de una estrategia de recuperación en sillas y frecuencias, trabajamos con las aerolíneas para apoyar su retorno a la operación, así como para desarrollar planes de promoción conjunta, a medida que la reactivación y reaperturas lo permitan.

En materia de herramientas para empresarios, el Programa de Formación Exportadora en Turismo, lanzado recientemente en formato digital, ya cuenta con 11.400 asistentes, 59 cápsulas al aire y alcance en 30 de los 32 departamentos del país.

Cuando de promoción se trata, desde que inició la pandemia y bajo el mensaje 'Cuidémonos ahora para encontrarnos pronto', impactamos los principales ocho mercados de donde provienen los turistas que llegan a Colombia.

Logramos más de 170 millones de impresiones sobre las piezas y videos elaborados con imágenes de los destinos nacionales que se promocionan en el exterior.

Posteriormente iniciamos la segunda fase de esta táctica de comunicaciones, bajo la evolución del mensaje 'Nos encontraremos pronto', impactando a 12 mercados internacionales de interés para el país. En pocas semanas se logró un alcance de más de 75 millones de impresiones.

Con el Plan buscamos también que 5.700 empresas tengan el sello Check in Certificado al finalizar el 2020.

Le apuntamos a lograr la llegada de 1.7 millones de visitantes no residentes al cierre de este año. Y, de cara al 2022, esperamos la reactivación del 80% de la conectividad aérea nacional e internacional.

En conclusión: en los próximos dos años conceptos como e-commerce, nearshoring, sostenibilidad y confianza serán protagonistas de primer orden para la recuperación de la senda de crecimiento y la reactivación de la economía.

Todo ello con un propósito muy claro: favorecer la generación de empleo y mejorar la calidad de vida de los habitantes de las regiones del país.

Todos a bordo en este **'Compromiso por Colombia'**

