



**INFORME DE GESTIÓN  
2010**

Bogotá, Enero 2011

## CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	2
1. PRINCIPALES LOGROS 2010 .....	4
2. PLANEACION ESTRATÉGICA.....	5
2.1. IMAGEN PAÍS.....	5
2.2. TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA - PROMOCIÓN INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA .....	6
2.3. COLOMBIA DESTINO TURÍSTICO DE CLASE MUNDIAL .....	8
2.3.1. Colombia, una oportunidad para la inversión en Turismo.....	9
2.3.2. Promoción Internacional.....	10
2.3.3. Colombia: País de Congresos y Eventos Internacionales .....	11
2.4 INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA .....	14
2.4.1 Elaborar y ejecutar programas de apoyo y promoción a empresas exportadoras.....	17
2.4.1.1 Negocios facilitados por Proexport.....	17
2.4.1.2 Número de empresas con negocios facilitados .....	19
2.4.2 Aprovechamiento de acuerdos comerciales.....	20
2.4.3 Adelantar programas para fortalecer y preparar la oferta exportable.....	21
2.5 OTROS LOGROS.....	21
3. PLAN INDICATIVO - SIGOB.....	23
3.1. Promoción a las Exportaciones .....	23
3.2. Promoción de Mercados Nacionales e Internacionales .....	24
4. PLAN SECTORIAL DE DESARROLLO ADMINISTRATIVO.....	26
4.1 POLÍTICA DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO ESTATAL.....	26
4.2 POLÍTICA GESTIÓN DE CALIDAD.....	28
4.3 POLÍTICA DEMOCRATIZACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA .....	31
4.4 POLÍTICA MORALIZACIÓN Y TRANSPARENCIA EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA.....	34
4.5 POLÍTICA REDISEÑOS ORGANIZACIONALES.....	36
5. RETOS 2011.....	37

## INFORME GESTIÓN 2010

### INTRODUCCIÓN

En los últimos años, Colombia ha experimentado cambios que están siendo reconocidos por extranjeros. La inclusión del país en el grupo de los CIVETS (conformado por Colombia, Indonesia, Vietnam, Egipto, Turquía y Suráfrica) por el ex –presidente del banco HSBC Michael Geoghegan en la inauguración de las oficinas de este banco en Hong Kong el pasado 23 de mayo, es muestra de ello.

En el 2010 Colombia, a pesar de las circunstancias: la emergencia invernal, el cambio de gobierno y las dificultades con países vecinos, presenta un desempeño superior a varios países latinoamericanos: Es la cuarta economía receptora de flujos de inversión extranjera directa de la región con un monto estimado de US\$13.900 millones (13% superior al 2009). EIU estima al final de 2010 un incremento en las exportaciones de bienes del 19% (US\$ 40.350 millones), y continúa con un buen desempeño en turismo internacional, con un crecimiento del 8,6%, dos puntos porcentuales más que el promedio mundial.

La gestión de Proexport en el 2010, sigue orientada al logro de los objetivos planteados en el Plan Estratégico Sectorial 2007–2010. El Fideicomiso se ha hecho partícipe y líder de algunas de las iniciativas formuladas dentro de las estrategias misionales del Sector: Internacionalización de la Economía, Transformación Productiva, y Colombia Destino Turístico de Clase Mundial.

Se continuó con la estrategia de competitividad Imagen País, que busca mejorar la percepción negativa del país en el exterior con el fin de generar conocimiento y confianza, permitiendo alcanzar más y mejores oportunidades en materia comercial, de inversión y turismo. En el 2010 centra sus acciones en la sensibilización de periodistas y líderes, así como el trabajo con corresponsales, lo cual ha generado 185 publicaciones positivas en diferentes medios, sin tener en cuenta el apoyo y resultados logrados con los periodistas y líderes que han visitado el país mediante el convenio que se suscribió con la Cancillería.

Consciente de la importancia que tiene la inversión extranjera directa en la economía y en la futura oferta exportadora y de turismo, Proexport organizó 92 seminarios de promoción de Inversión en 20 países. Resultado de la promoción y atención a inversionistas extranjeros se recibieron certificaciones de inicio de 64 proyectos de Inversión por un monto estimado en US\$1.334,2 millones provenientes de Estados Unidos, Brasil, Chile, China, Reino Unido, Canadá, España, Alemania, México, Venezuela e India, entre otros.

Con el fin de posicionar a Colombia como destino turístico de clase mundial, se continuó con los planes de apoyo a mayoristas u operadores turísticos internacionales, la labor con los cruceros y agentes, acciones que motivaron a 533,424 viajeros internacionales a visitar a Colombia para disfrutar de los diferentes destinos y productos, de acuerdo con la información entregada a Proexport.

Igualmente, en turismo corporativo se acompañó a las asociaciones y empresas; fruto de esa gestión se lograron captar 12 grandes Congresos Internacionales, 12 Convenciones corporativas, 29 viajes de incentivos y 7 eventos de golf, que realizarán asociaciones, empresas o entidades multinacionales en Colombia hasta el año 2014 y estiman una asistencia del orden de 21.000 personas.

En promoción de exportaciones, Proexport continuó con su estrategia de diversificación de mercados para lo cual se realizaron entre otros, los seminarios “oportunidades en tiempos de diversificación e innovación en 6 ciudades con la participación de alrededor de 2.000 empresarios, se acompañó a los empresarios en ferias internacionales, misiones de compradores y 4 macroruedas, entre otros. Se facilitaron negocios a 1.570 empresas por un monto de US\$1.140 millones.

Es importante recordar que los recursos iniciales del fideicomiso se agotaron y por ello desde abril del 2009, Proexport recibe para su funcionamiento recursos del Presupuesto Nacional como proyecto de inversión del MCIT. Durante el 2010, se trabajó de la mano con el Ministerio con el fin de buscar alternativas diferentes, siguiendo las recomendaciones del Departamento Nacional de Planeación que afirmó: “En el caso de Proexport, aunque se determinó por su naturaleza jurídica que la mejor forma de solventar el funcionamiento de esta entidad, con cargo a los recursos de la Nación, era a través del presupuesto de inversión, se debe revisar una verdadera solución para su funcionamiento sobretodo en la coyuntura fiscal actual”<sup>1</sup>. Para el 2011, los recursos fueron incluidos como transferencia del MCIT.

---

<sup>1</sup> DNP, Informe de cierre Presupuesto de Inversión. Sector Comercio, Industria y Turismo. Vigencia 2009.

## 1. PRINCIPALES LOGROS 2010

- a. Se continuó con la estrategia de mejorar la imagen de Colombia con el fin de atraer más inversión, más negocios y más turismo al país. Se sensibilizaron 183 periodistas producto de lo cual se han generado 185 publicaciones positivas en diferentes medios, y 48 y líderes de opinión (críticos de arte, críticos de cine, escritores, conferencistas, investigadores, congresistas).
- b. Se realizaron 92 seminarios de promoción de inversión en 20 países, con el fin de mantener a Colombia en el radar de los inversionistas. Algunos de los seminarios fueron especializados: biocombustible, forestal y hotelería en Estados Unidos, BPO&O (call centers, shared services) y cosméticos farmacéuticos en India, energía en China, del sector financiero en Reino Unido.
- c. Los inversionistas certificaron a Proexport el inicio de 64 proyectos por un monto estimado en US\$1.334,2 millones.
- d. Llegaron al país 533.424 viajeros internacionales por la gestión realizada en los diferentes países y los planes de promoción firmados con mayoristas u operadores de turismo internacional.
- e. 60 eventos internacionales (de los cuales 12 son Grandes Congresos), serán realizados en los próximos años en Colombia con una participación estimada de 21.000 personas.
- f. Se realizaron los seminarios “oportunidades en tiempos de diversificación e innovación”, en los que los directores de las oficinas comerciales de Proexport en los 17 países informaron a los empresarios colombianos sobre oportunidades detectadas en los diferentes mercados. Los seminarios que se llevaron a cabo en seis (6) ciudades: Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali, Medellín, Pereira contaron con la participación de alrededor de dos mil empresarios de agroindustria, manufacturas, prendas de vestir, servicios y turismo
- g. Se facilitaron negocios de exportación por un monto de \$1.140 millones de dólares a 1.570 empresas nacionales.
- h. Se vincularon 64 empresas a Expopyme, se iniciaron 4 redes empresariales y se capacitaron 2.799 personas en 664 seminarios dictados durante el año.

## 2. PLANEACION ESTRATÉGICA

Proexport como ejecutor de las políticas y encargado de la promoción de Colombia, participa en las estrategias misionales del Ministerio y tiene a su cargo la estrategia de competitividad de Imagen País, con la cual se da inicio a este capítulo y se enuncian las estrategias sectoriales en lo que compete al fideicomiso.

### 2.1. IMAGEN PAÍS

Durante el 2010 Imagen País continuó realizando acciones que contribuyeron a mejorar la percepción de Colombia.

- Se lograron 185 publicaciones positivas en medios internacionales y se sensibilizaron 231 invitados internacionales entre líderes de opinión y periodistas internacionales.
- Imagen País participó en 28 eventos con presencia de extranjeros, como el IV Festival de Música en Cartagena, el Hay Festival, la Celebración del Bicentenario por las Naciones Unidas, Juegos Centroamericanos y del Caribe, Juegos Suramericanos, el Festival Internacional de Cine de Cartagena, el Festival de Cine en Villa de Leyva, el WEF, Expomarketing, Sahic, Sail Cartagena, entre otros.
- Se realizó en Cartagena, Bogotá y Medellín la gira de corazones con la visita de más de 1.400.000 personas, y la participación de más de 2.000 niños en el concurso de dibujo “¿Qué sientes en el corazón cuando piensas en tu ciudad?”
- En comunicación nacional y medios virtuales, se lograron \$27.279 millones de Free Press a nivel nacional; se pasó de 50.219 a 345.605 seguidores en Facebook y de 2.382 a 27.142 seguidores en Twitter.
- Con el equipo de ciclismo, que entre otros logros ganó el Tour de L’avenir, logramos \$11.679 millones.
- Con el fin de resaltar a los colombianos que desde diversas disciplinas han contribuido a la promoción del país, este año se entregaron 4 premios “Colombianos de Corazón”.
- Se recibieron \$2.559 millones en ventas de licencias de uso de marca
- Se lograron alianzas con la Fundación Líderes y Emprendedores en la U, el SENA, el Centro Comercial Santa Fé, Conexión Colombia, Asocoljax, Music Vogager, Festival Jazz, Festival de Cine en Villa de Leyva y Centro Comercial Centro Mayor.

## **2.2. TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA - PROMOCIÓN INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA**

Por directriz Presidencial, Proexport asumió desde el año 2004 la promoción de la Inversión Extranjera Directa. Mediante el Decreto 4337 del 22 de diciembre de 2004 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se delegaron estas funciones a la entidad que han venido cumpliendo.

Durante el 2010 se empieza a evidenciar las primeras señales de recuperación económica después de la crisis financiera y con esto la reanudación de los planes de inversión de las multinacionales en el mundo. Las economías emergentes jugaron un rol importante en esta coyuntura y se han convertido en los destinos de preferencia de las inversiones por su velocidad de recuperación y crecimiento. Las expectativas para el 2010 son un aumento de la IED en Latinoamérica del 31% y para Colombia de un 34%..

Según el Banco Mundial, en el Doing Business 2011, Colombia se ubicó como el tercer país más “amigable” para hacer negocios en Latinoamérica, y mayor reformador en la región. Adicionalmente se encuentra como el país en Latinoamérica que más protege a los inversionistas, ocupando la quinta posición a nivel mundial.

A Septiembre de 2010, la inversión extranjera directa en Colombia alcanzó \$6.524 millones de dólares, cifra superior en US\$200 millones a la inversión registrada en el mismo periodo de 2009 (crecimiento del 3,2%).

Al desagregar por sectores, se observa que la actividad petrolera y el resto de actividades mineras participan con un 60% (US\$3.935 millones), seguido por la industria manufacturera con 14% (US\$888 millones). Por país de origen de la inversión, Estados Unidos participa con el 31,4%, seguido por Anguilla con 22,1%, y Panamá con 14,5%.

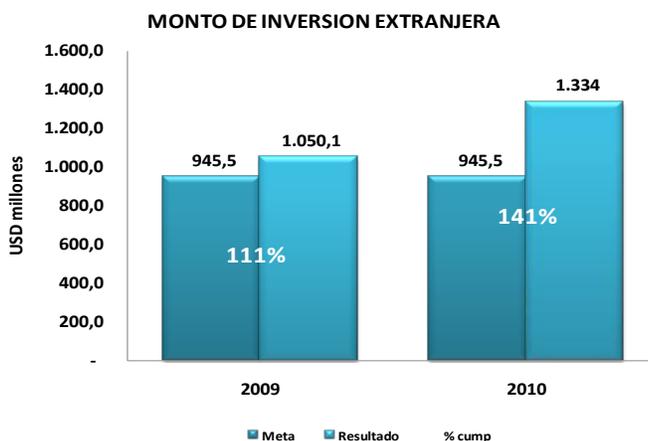
Durante el 2010, como líderes de la iniciativa Promoción de inversión en sectores de valor agregado del Plan Sectorial, Proexport cumplió con las metas propuestas;

- Se iniciaron 64 proyectos de inversión por un monto estimado en US\$1.334,2 millones (cumplimiento del 141% de la meta) de acuerdo con la información entregada por los inversionistas. En estos proyectos, los inversionistas estiman generar más de 7.800 empleos. En el cuadro se puede observar los proyectos de forma sectorial:

SECTOR	No. PROYECTOS	MONTO ESTIMADO (Millones)	EMPLEADOS ESTIMADOS
Agroindustria	9	254,35	1.548
Manufacturas	19	328,28	1.033
Servicios IT, Software y BPO&O	16	186,77	4.580
Turismo y Turismo de Salud	5	165,80	420
Otros	15	398,98	265
<b>TOTAL</b>	<b>64</b>	<b>1.334,18</b>	<b>7.846</b>

Fuente: NEO y Vicepresidencia de Inversión

Al comparar el resultado de este año con el obtenido en el 2009, se puede observar un crecimiento del 27%:



Fuente: Proexport -CRM - NEO.

De las inversiones que se certificaron durante este año, vale la pena destacar el nuevo centro de servicios de la multinacional estadounidense Hewlett Packard que estará iniciando operaciones el próximo año en la ciudad de Medellín (la más importante del departamento de Antioquia en los últimos ocho años), y espera generar más de 1.000 empleos.

- Para mantener a Colombia en el radar de los inversionistas se realizaron 92 seminarios de promoción de inversión en 20 países, siendo España el país con mayor cantidad de seminarios (18) seguido por Estados Unidos (9), Alemania, Brasil y Reino Unido (Cada uno con 5 respectivamente), algunos de los cuales se hicieron aprovechando los viajes del Presidente de la República, el Canciller y el Ministro de Comercio, Industria y Turismo.

### PAISES EN LOS QUE SE DESARROLLARON SEMINARIOS EN EL 2010



- En el 2010, se continuó contando con la página de promoción de inversión extranjera que se ha ido consolidando como instrumentos de promoción e información. Igualmente, en el 2010, mediante el Decreto 1805 de mayo, fue removida una de las barreras para la exportación de servicios identificada por medio del Sistema Nacional de Identificación de Obstáculos a la Inversión Extranjera Directa- SINOI. Se trata del IVA en la exportación de servicios transfronterizos prestados desde Colombia a un beneficiario en el exterior.

### 2.3. COLOMBIA DESTINO TURÍSTICO DE CLASE MUNDIAL

Proexport cumplió con las metas planteadas en diferentes iniciativas de la estrategia Colombia Destino Turístico de Clase Mundial.

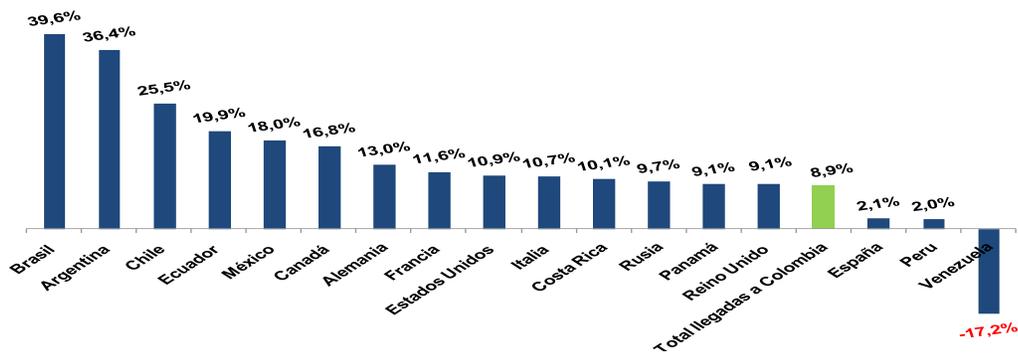
El 2010 fue un año de recuperación del turismo internacional. Según datos publicados por la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo mundial creció un 6,7% superando las expectativas iniciales del 5%. Para Colombia, el crecimiento estuvo dos puntos por encima del crecimiento mundial, a pesar de la caída del 18% en las llegadas de viajeros venezolanos (nuestro segundo mayor mercado emisor).



Fuente: DAS, cálculos Proexport

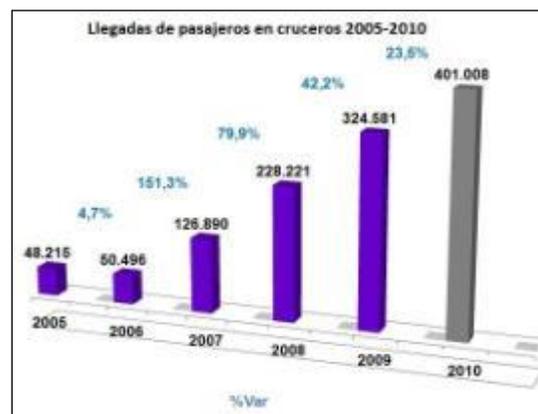
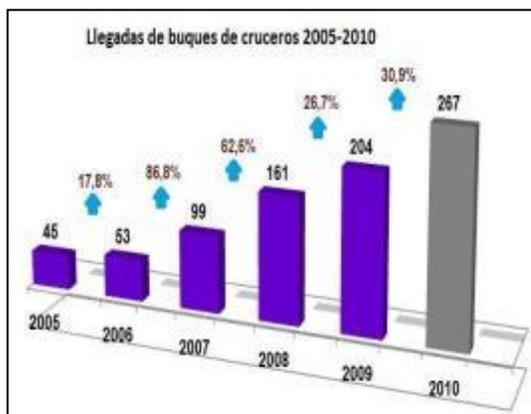
El comportamiento creciente que ha mantenido el turismo internacional del país a pesar de la caída de los viajeros llegados de Venezuela, refleja la mayor penetración en mercados tales como Brasil, Chile, Argentina entre otros, además de la recuperación de México y Ecuador, tal como se puede ver en la gráfica siguiente.

**Porcentaje de crecimiento de las llegadas a Colombia de los principales mercados 2010**



Fuente: DAS, cálculos Proexport

De igual forma el arribo de cruceros durante el 2010 aumentó en un 30,9% al pasar de 204 en el 2009 a 267 cruceros, continuando con la tendencia creciente de los últimos años. En cuanto a los pasajeros llegados en cruceros el crecimiento fue del 23,5% respecto al año anterior.



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (SPRC, SPSM, Capitanía de Puerto San Andrés Isla).

### 2.3.1. Colombia, una oportunidad para la inversión en Turismo

Proexport coordinó la visita de 30 inversionistas extranjeros interesados en turismo

(cumplimiento del 103% de la meta) provenientes de once países: Estados Unidos, España, México entre otros.

Igualmente se cumplió la meta de realización de seminarios internacionales de promoción de inversión de turismo con la realización de 7: IHIF - Alemania, Portugal, Argentina, España, SAHIC – Cartagena, España y México

### 2.3.2. Promoción Internacional

533.424 viajeros internacionales llegaron a Colombia por gestión de Proexport, lo que representa un cumplimiento del 132% de la meta y un incremento del 41% respecto al resultado obtenido en el 2009.



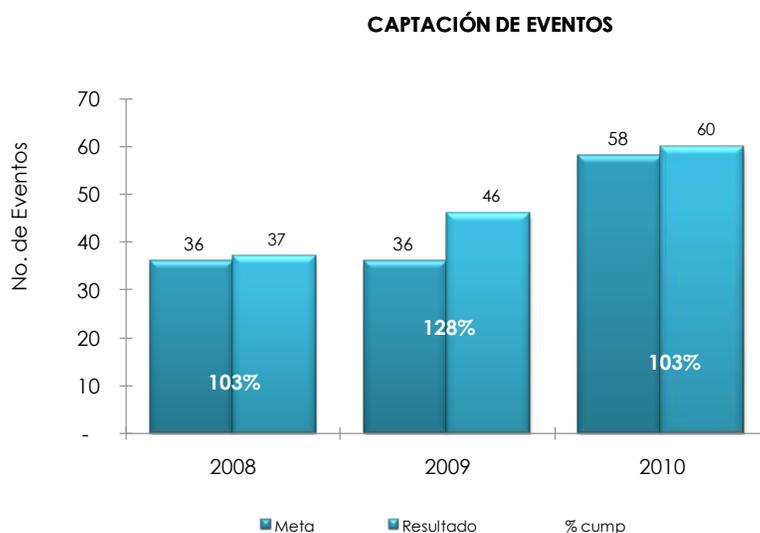
Fuente: Proexport. CRM – NEO

Como estrategias de promoción se continúa con el trabajo conjunto con mayoristas u operadores de turismo para promocionar a Colombia como destino turístico en los diferentes mercados, con la realización de viajes de familiarización que permiten a los mayoristas y minoristas conocer los diferentes destinos o productos del país, así como la capacitación de agentes de viajes en diferentes países. Sólo a manera de ejemplo, en Chile y Argentina en las jornadas adelantadas durante el año 2010 participaron más de 500 agentes de viajes.

En el 2010, se inició la Red de Hoteles Boutique en Cartagena para fortalecer la oferta de este producto. A través de los Zeikys, dentro del programa de formación exportadora se realizaron, en 14 ciudades, 86 seminarios en los que participaron 474 personas.

### 2.3.3. Colombia: País de Congresos y Eventos Internacionales

Proexport continua trabajando en cuatro segmentos<sup>2</sup>: Grandes Congresos; Convenciones Corporativas, Viajes de Incentivos y Golf; se propuso lograr la captación de 58 eventos en el 2010, logrando 60, es decir un cumplimiento del 103%.



Fuente: Proexport- CRM - NEO

En Congresos, Proexport apoyó la presentación de diferentes candidaturas (cuando se propone a Colombia como país para realizar el evento) de las cuales se ganaron 12, logrando un cumplimiento del 100% de la meta propuesta en el plan sectorial. En estos congresos que se realizarán desde el 2010 hasta el 2014, se espera la participación de cerca de 14.000 personas (ver cuadro). Si recordamos que, de acuerdo con las estadísticas internacionales divulgadas por ICCA (International Congress and Convention Association) en 2009, el gasto promedio por día de estos viajeros asciende a US\$759<sup>3</sup> y permanece 5 días en promedio, el trabajar proactivamente en la promoción de este segmento permite contribuir en la generación de ingresos además del intercambio de conocimientos y, la oportunidad que personas de alto nivel, reconocidas en sus diferentes segmentos, conozcan Colombia y posiblemente regresen al país con sus familias y/o generen un buen voz a voz sobre su experiencia.

<sup>2</sup> **Grandes Congresos y Eventos** son los que organizan periódicamente las asociaciones internacionales y lo que se busca es que presenten a Colombia como sede para futuras ediciones. Se trabaja en alianza con los diferentes Burós que existen en el país.

**Convenciones Corporativas** aquellas que realizan las empresas o entidades del exterior en Colombia,

**Viajes de Incentivos** Promovido por las empresas en el exterior como reconocimiento a sus empleados para viajes internacionales.

**Golf** eventos de Golf captados para realizarse en los campos con los que cuenta el país.

<sup>3</sup> Statistics Report-The International Association Meetings Market 2009-ICCA

Nombre del Evento	No. Participantes Esperado	Ciudad de Realización	AÑO DE REALIZACIÓN
39 Cumbre de la ICANN	1.200	Cartagena	2010
IV Congreso Mundial CICA/STR " Agresión, Violencia Política y Terrorismo	399	Cartagena	2010
Reunión Anual de AACCLA (Association of American Chambers of Commerce in Latin America)	200	Cartagena	2010
XVI Congreso Sociedad Latinoamericana Hombre y Codo. SLAHOOC	400	Cartagena	2010
Ier Encuentro Iberoamericano de Masoterapia	500	Cali	2011
V Congreso Latinoamericano de Liderazgo Empresarial	500	Cali	2011
III Foro de RedEAmérica	N.D.	Cartagena	2011
Outsourcing Latinoamerica Summit 2011	200	Cartagena	2011
XVII Congreso Latinoamericano de Alergia, Asma e Inmunología y VIII Congreso Colombiano de Alergia, Asma e Inmunología	1.000	Cartagena	2012
XIV Jamboree Scout Panamericano	8.000	Bogotá	2013
XVII Congreso de la Sociedad Internacional de Psicología	400	Bogotá	2014
Congreso Panamericano de Otorrinolaringología	1.000	Cartagena	2014

En el 2009, se inicia la estructuración del producto Golf Colombia, mediante el cual se quiere posicionar a Colombia para la práctica de este deporte y con ello se incremente la llegada de jugadores profesionales y aficionados.

En el 2010 se realizó en Bogotá Colombia El Pacific Rubiales, entre otros; se creó el circuito Pacific Colombia Golf Tour que repartirá una bolsa de US\$135.000 por torneo, se realizaran en 5 ciudades (Bogota, Medellín, Barranquilla, Bucaramanga y Cali) y son coo -sancionados por el Canadian Tour y el Tour de las América. Hoy se cuenta con información disponible en <http://www.colombia.travel/es/congresos-incentivos/golf>.

En el 2011 se espera la realización nuevamente del NationWide PGA TOUR en la ciudad de Bogotá consolidándose como uno de los torneos más importantes de Suramérica con una bolsa superior a los USD\$600.000.



Adicionalmente, los empresarios de turismo también participaron en los seminarios Los seminarios “Oportunidades en tiempos de diversificación e innovación” enunciados en los cuales, los directores de las oficinas comerciales de Proexport informaron sobre las diferentes oportunidades y características del turista en los mercados internacionales.

Por otra parte, como en años anteriores se continúa utilizando diferentes herramientas que permitan conocer a Colombia como destino vacacional y corporativo:

Se continuó con la campaña “Colombia, el riesgo es que te quieras quedar”,

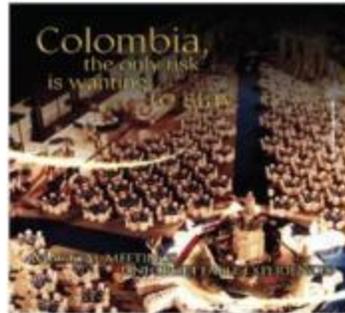
Se generó un proyecto denominado ‘toma de destinos’, mediante una estrategia digital, con el fin de desarrollar productos editoriales y audiovisuales de ciudades y regiones (Leticia, Barranquilla, Cartagena, Medellín, el Pacífico, San Andrés, Providencia y Santa Catalina, Santa Marta, Santander y el Triangulo del Café) para su promoción internacional a través del portal oficial de turismo [www.colombia.travel](http://www.colombia.travel) y se cuenta con más de 80 fotos esféricas que le permite al usuario, visitar el atractivo o lugar con una visión de 360°, entre otros.



Se logró la realización de un programa para promocionar la gastronomía en el canal Gourmet para América Latina, y a través del cubrimiento del Nationwide PGA Tour en Bogotá, se transmitió durante todo el año un programa de golf en el canal del PGA Tour en USA.



Se cuenta con nuevo material promocional de Colombia como país destino de eventos, el cual se encuentra en [www.colombia.travel](http://www.colombia.travel) multimedia interactiva, brochures impresos de congresos, convenciones, incentivos y golf, merchandising alusivo a las ferias y fiestas de Colombia en dos idiomas, entre otros.

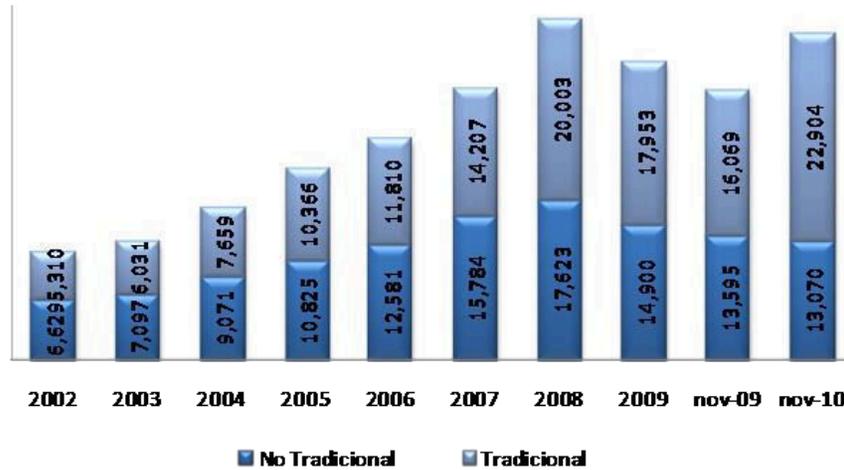


## 2.4 INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA

En el 2002 las exportaciones llegaban a US\$11.939 millones mientras que a noviembre de 2010 alcanzan los US\$35.974 millones. Con respecto al monto del mismo periodo del 2009, esta presentó un incremento del 21%, que si bien es importante, es inferior al observado en otros países de América Latina: Chile (29%), Ecuador (27%), Brasil (31%), México (31%), Perú (32%).

Las cifras enero-noviembre de 2010 muestran cambios en la participación de los socios comerciales. El principal destino de las exportaciones colombianas continua siendo Estados Unidos que mostró un crecimiento de 32%, le siguió China con un aumento de 127%, el tercer lugar es para Ecuador con un incremento de 44%, Países Bajos es el cuarto destino con un aumento de 21%, mientras que Venezuela se ubicó en el quinto puesto con una disminución de 67%.

En cuanto al comportamiento de las exportaciones no tradicionales, entre el 2002 y 2010, se han duplicado al pasar de US\$6.629 millones a US\$13.070 millones (a noviembre 2010). Al analizar el comportamiento de enero-noviembre 2010 con igual periodo del año anterior, se observa un decrecimiento del 3,9% explicado principalmente por una disminución US\$2.521 millones en las exportaciones a Venezuela que fue compensada en parte por Estados Unidos, Ecuador, Brasil, Perú, Chile, China y Suiza (mercados en los cuales las exportaciones crecieron en US\$1.743 millones).



Fuente: DANE Cálculos: Proexport

La evolución de las exportaciones totales de las empresas a las que Proexport ha apoyado en la realización de algún negocio, ha venido aumentando desde el 2003, pasando de un total de US\$1.181 millones a US\$4.860 millones de monto exportado, de acuerdo con la cifras DANE a Noviembre, lo que representa un crecimiento compuesto anual de 19%.

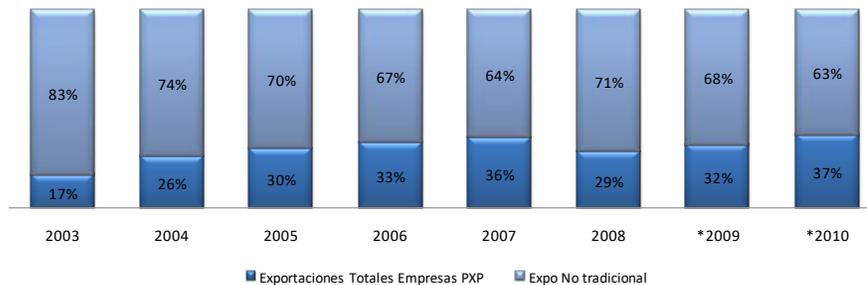
**EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES TOTALES DE LAS EMPRESAS CON NEGOCIOS  
PXP VS NO TRADICIONALES PAIS  
AÑOS 2003 - 2010  
Millones USD**



\* Empresas con negocios facilitados por Proexport a 31 de Diciembre, con cifras de exportaciones DANE a Noviembre 2009 y 2010.

En cuanto a la contribución de éstas en el total de las exportaciones no tradicionales, igualmente se observa un incremento año tras año, pasando del 17% a 37% en el período 2003- 2010, la mayor contribución observada en el período de análisis.

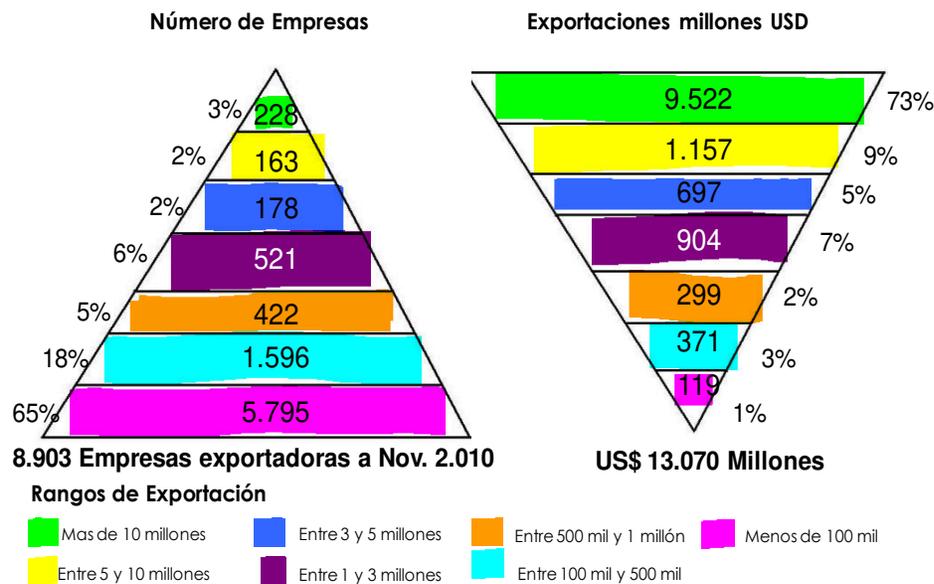
**COBERTURA DEL VALOR TOTAL EXPORTACIONES DE EMPRESAS CON NEGOCIOS PXP  
VS  
NO TRADICIONALES PAIS**



\* Monto de negocios facilitados por Proexport a 31 de Diciembre, con cifras de exportaciones DANE a Noviembre 2009 y 2010.

**Análisis, de la composición de la base de empresas exportadoras de bienes no tradicionales en Colombia**

La siguiente es la composición de la base de empresas exportadoras de bienes no tradicionales de acuerdo con los datos del DANE a Noviembre de 2010:



Como se puede observar, del total de empresas exportadoras a Noviembre de 2010, 228 empresas aportaron el 73% de las exportaciones no tradicionales equivalentes a US\$9.522

millones, mientras que 5.795 empresas, aportan tan solo el 1% del monto exportado (US\$119 millones).

Aunque de acuerdo con el año inmediatamente anterior existe una leve disminución de 12 empresas exportadoras, explicada principalmente por el comportamiento de las empresas exportadoras a Venezuela (muchas de las cuales tenían como único mercado el vecino país), el incremento de empresas en otros mercados permitió que la reducción no fuera mayor entre los años.

Del total de empresas exportadoras, Proexport apoyó durante el 2010 a 2.142 empresas, de las cuales el 74% son pequeñas y medianas exportadoras con menos de US\$1 millón exportado. A continuación se muestra la distribución por rangos de exportación:

CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS POR RANGOS DE EXPORTACIÓN (US\$)

Rango Exportaciones	No. de Empresas Apoyadas con oportunidades	% Participación	% Acumulado	Expo de empresas apoyadas con oportunidades <sup>1</sup> 2010 (A Nov)	Monto de Negocios Certificados <sup>2</sup> Ene-Dic/10
X < 100 Mil	912	43%	43%	16.406.736	29.954.715
100 mil ≤ X < 500 Mil	506	24%	66%	102.345.003	74.214.453
500 Mil ≤ X < 1 Millón	169	8%	74%	96.995.963	55.550.538
1 Millón ≤ X < 3 Millones	247	12%	86%	407.000.397	181.690.526
3 Millones ≤ X < 5 Millones	101	5%	90%	337.840.127	119.871.718
5 Millones ≤ X < 10 Millones	86	4%	94%	592.281.552	126.820.049
X ≥ 10 Millones	121	6%	100%	4.404.986.712	552.336.030
<b>Total General</b>	<b>2.142</b>	<b>100%</b>		<b>5.957.856.489</b>	<b>1.140.438.028</b>

Fuente: Exportaciones a Noviembre Fuente DANE - Dirección de Planeación

1. Exportaciones totales de las empresas que cuentan con oportunidades y/o negocios con Proexport.

2. Empresas que certificaron negocios a Proexport. Cifras a 31 de Diciembre 2010.

Como se observa en la tabla anterior la mayor concentración de las empresas que han recibido algún apoyo comercial de Proexport se encuentra en los rangos de exportación más bajos (< de US\$ 100.000),

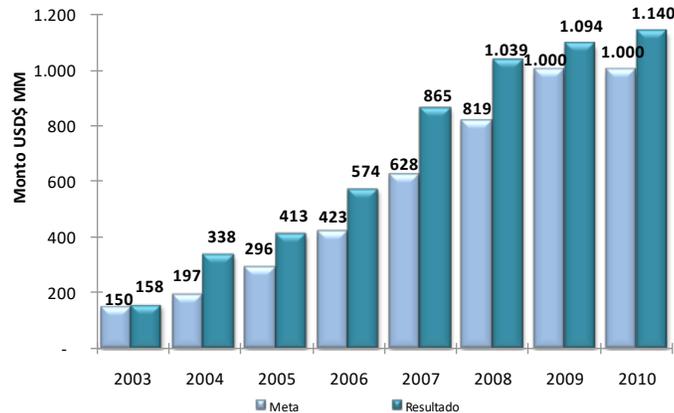
En cuanto al monto de negocios certificados (Ver nota 2 del cuadro) el mayor aporte proviene de las grandes exportadoras (≥ US\$ 10 millones), las cuales certificaron negocios a Proexport por un valor de US\$552,3 millones que representan 48,4% del total de negocios certificados.

## 2.4.1 Elaborar y ejecutar programas de apoyo y promoción a empresas exportadoras.

### 2.4.1.1 Negocios facilitados por Proexport

En el 2010 pese a las dificultades en los mercados vecinos se logra facilitar negocios a las empresas por un monto de US\$1.140 millones lo que representa un cumplimiento del 114% de la meta; se presenta un crecimiento del 4,2% respecto a los resultados obtenidos en el 2009.

**Negocios facilitados por Proexport- Millones de dólares  
años 2003 - 2010**



Fuente: Proexport -CRM - NEO.

Con el fin de persistir en la motivación a los empresarios en búsqueda de oportunidades en mercados diferentes a los naturales, se realizaron entre otros los siguientes:

- Una misión comercial de materiales de construcción del 10 al 14 de Mayo a Chile como estrategia de aprovechamiento del acuerdo con la participación 18 empresas colombianas que se reunieron con igual número de extranjeras.
- Se apoyó la participación de empresas colombianas en más de 50 ferias internacionales: Biofach y Anuga; Intermoda, Magic; Beyond Beauty, Expocihac, Fime, AAPexShow y la Feria del Libro de Guadalajara entre otras y en Congresos tales como ATA en USA, SIGGRAPH.
- Se organizaron misiones de Compradores a las principales ferias en Colombia, como Colombiamoda, Colombiatex, Expocamacol, Belleza y Salud, Expoartesanas, Softic, entre otras;
- Se realizaron cuatro macrorruedas: la de Agroindustria en Cali, Frontera Productiva en Cúcuta; Colombo-Peruana en Lima y Gran Caribe en Santa Marta, en las que participaron en promedio 193 exportadores y 134 compradores internacionales, se acordaron 5.647 citas de negocios y se generaron expectativas de negocio a un año por \$99 millones de dólares.
- En Noviembre, los directores de las oficinas comerciales de Proexport estuvieron en seis ciudades colombianas informando a casi 2.000 empresarios colombianos sobre diferentes oportunidades detectadas en los diversos mercados en los que Proexport trabaja, durante los seminarios "Oportunidades en tiempos de diversificación e innovación",

### 2.4.1.2 Número de empresas con negocios facilitados

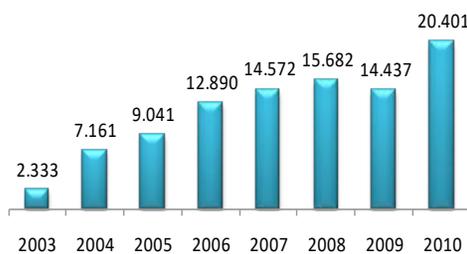
Durante el 2010, los negocios certificados fueron realizados por 1.570 empresas, lo que representa un cumplimiento del 96% de la meta.



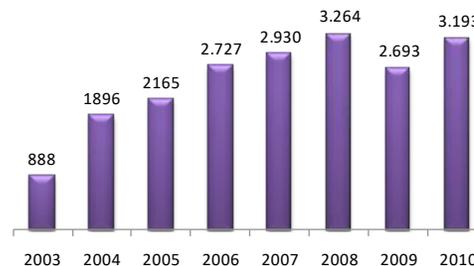
### Oportunidades de negocios apoyadas por Proexport

Durante el 2010 Proexport manejó 20.401 oportunidades (41% más que el año anterior) de 3.193 empresas (18% más que las se tenían en el 2009), resultados que reflejan el esfuerzo realizado por la organización en el desarrollo del plan de choque iniciado a finales del 2009.

#### Oportunidades de negocio Generadas



#### No. de empresas con oportunidades de negocio



## Indicador de permanencia de empresas exportadoras

Con este indicador, Proexport monitorea la permanencia de las empresas exportadoras del año inmediatamente anterior con respecto al 2010. Como se observa en el cuadro siguiente, el indicador fue del 58%, es decir, que de 1.552 empresas que apoyó Proexport con negocios durante el 2009, 906 siguen exportando en el 2010. Este indicador puede estar subestimado ya que el DANE no registra las exportaciones de servicios y algunas empresas apoyadas pueden estar realizando sus exportaciones a través de una SIA u otra empresa.

SECTOR <sup>2</sup>	No empresas con negocios PXP en 2009 (T-1)	Permanecen exportando en 2010 <sup>1</sup> (T)	Indicador de Permanencia (P)
AGROINDUSTRIA	297	207	70%
MANUFACTURAS	633	306	48%
PRENDAS DE VESTIR	477	332	70%
SERVICIOS <sup>3</sup>	154	61	40%
<b>Total general</b>	<b>1.552</b>	<b>906</b>	<b>58%</b>

Fuente: Dane - Cálculos Dirección de Planeación

1 Exportaciones a Noviembre según DANE

2 Se hace salvedad sobre la contabilización de las empresas apoyadas con negocios en 2009 y que no se detectan sus exportaciones según fuente DANE, ya que exportan a través de comercializadoras, Soc. de Intermediación aduanera así como exportaciones de servicios (para lo cual no existe una fuente)

3 Existe una subestimación en este sector ya que en el cruce con datos de exportaciones de servicios fuente DANE no se detectan por estas bases de datos.

### 2.4.2 Aprovechamiento de acuerdos comerciales.

Se continúa con la estrategia de divulgar los acuerdos y oportunidades que pueden generarse por los acuerdos comerciales que está negociando el Ministerio, en cumplimiento de esta estrategia se realizaron durante el 2010:

- Seminario “TLC Colombia – Canadá: Oportunidades para los Empresarios Colombianos” realizado en Bogotá conjuntamente con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y con el apoyo de la Embajada de Canadá en Colombia y la Cámara de Comercio Colombo-Canadiense. Se presentaron oportunidades derivadas del acuerdo y casos de éxito en materia de exportación y atracción de inversión. Participaron más de 380 empresarios.
- Seminarios “EFTA Y Unión Europa: Mercados de Oportunidad para Colombia”. En el marco de un acuerdo de cooperación internacional con el Gobierno Suizo, con ocasión del TLC con los países EFTA (Suiza, Noruega, Islandia y Liechtenstein), se realizaron los siguientes seminarios para difundir los resultados de los estudios: uno sobre orgánicos en 4 ciudades, de BPO&IT en 3 ciudades y de Textil - confecciones en 6. Participaron más de 420 empresarios.

### 2.4.3 Adelantar programas para fortalecer y preparar la oferta exportable.

Se continuó con los siguientes programas que buscan potenciar la oferta exportable:

- Expopyme: Se dio inicio a 6 nuevos programas especializados de Expopyme para los sectores de Prendas de Vestir, Agroindustria, Audiovisuales, Calzado, Orgánicos y Confección Infantil con la participación de 64 pymes.
- Redes empresariales: Se iniciaron 4 Redes empresariales: Tilapia (Boyacá), Materiales de Construcción (Barranquilla) e Ingredientes funcionales (Medellín) y una de hoteles boutique enunciada anteriormente
- Programa Integral de Capacitación: Para apoyar el inicio a la actividad exportadora, se continúa desarrollando, a través de los 22 Zeikys en las diferentes ciudades, el Programa de Formación Exportadora de Bienes y de Servicios. Se sobrepasaron las metas al lograr durante el año la realización de 664 seminarios (meta 589) con 2.799 personas graduadas (meta 1.981)

Se continuó con la estrategia de buscar recursos de cooperación. En el 2010 se lograron \$7.248 millones de recursos apalancados con los cuales se beneficiaron más de 1.000 empresas en temas como:

- Seminarios de Obstáculos Técnicos al Comercio.
- Asistencia técnica especializada.
- Workshops o programas especializados.
- Programas para potencializar la oferta exportable.
- Programa de promoción de exportaciones del CBI.

## 2.5 OTROS LOGROS

- \$26.206 millones de pesos de free press en el 2010 (\$12.035 millones corresponde a prensa escrita, \$ 4.877 a radio, \$ 8.910 a televisión y \$ 785 a internet)
- Se consolidaron las áreas de mercadeo y comunicaciones como transversales a los ejes con el fin de aprovechar sinergias y economías de escala- Como un primer avance se planteó la nueva arquitectura de las marcas Proexport y Colombia es pasión. Se destacan tres cambios: los colores del logro de Proexport, se convierten en descriptores visuales de cada uno de los ejes; se enuncian los ejes en el descriptor, y se articula
- Organización por primera vez en el país del Foro Económico Mundial (WEF por sus siglas en Inglés) versión Latinoamérica, realizado en Cartagena en abril 2010, en el cual

participaron 550 líderes mundiales de los negocios, la economía y los medios de comunicación.

- Colombia se hizo acreedor a un reconocimiento como destino revelación en la categoría 'Destino emergente' de los premios Wanderlust Travel Awards. El país participó en el mismo grupo con Madagascar, Bután, Islas Maldivas, Israel, Mongolia, Libia, Irán, Ruanda y Uzbekistán.
- En el marco de la cooperación con el CBI, se inicio la ejecución del programa BSOD de dos años, en el que el CBI invertirá 880.000 euros en el fortalecimiento del equipo de exportaciones de PROEXPORT de Colombia y el exterior.

### 3. PLAN INDICATIVO - SIGOB

#### 3.1. Promoción a las Exportaciones

En el Programa de Promoción a las Exportaciones, Proexport continuo asumiendo en el 2010 dos indicadores con sus respectivas metas:

Empresas Colombianas con negocios facilitados por Proexport: La meta en el 2010 para este indicador fue de 1.630 Empresas. A 31 de Diciembre Proexport facilitó negocios a 1.570 empresas, lo que significa que se dio un cumplimiento del 96% sobre la meta establecida. En cuanto al avance del cuatrienio se dio un avance del 104%, ya que la meta era 6.508 y el resultado a Agosto de 2010 fue de 6.824 empresas.

#### Empresas colombianas con negocios facilitados por Proexport

Periodo	Meta	Resultado	Avance
● Línea de Base Cuatrienio	--	--	--
● Resultado Año 2006	--	1.606	--
● AÑO 2006 (Agosto a Diciembre)	--	893	--
● AÑO 2007	1.425	1.655	116,14 %
● AÑO 2008	1.665	1.625	97,6 %
● AÑO 2009	1.602	1.552	96,88 %
● AÑO 2010 (Enero a Agosto)	870	1.099	126,32 %
● AÑO 2010	1.630	1.570	96,32 %
<b>Cuatrienio:</b>	<b>6.508</b>	<b>6.824</b>	<b>104,86 %</b>

Exportaciones Directamente Facilitadas por Proexport: Para el año 2010 la meta fue de 1.000 millones de dólares. A 31 de Diciembre se facilitaron negocios por valor de 1.140,4 millones de dólares, lo que significa un cumplimiento del 114% de la meta del 2010. En cuanto a la meta de cuatrienio de 3.256 millones de dólares se logró un avance del 119% con un resultado a Agosto de 2010 de 3.901 millones de dólares.

### Exportaciones directamente facilitadas por Proexport (millones de dólares)

Periodo	Meta	Resultado	Avance
● Línea de Base Cuatrienio	--	1.259,19	--
● Resultado Año 2006	300	629,45	209,82 %
● AÑO 2006 (Agosto a Diciembre)	--	279,6	--
● AÑO 2007	505	865,22	171,33 %
● AÑO 2008	814	1.039,5	127,7 %
● AÑO 2009	1.000	1.094,7	109,47 %
● AÑO 2010 (Enero a Agosto)	620	622,39	100,38 %
● AÑO 2010	1.000	1.140,49	114,05 %
<b>Cuatrienio:</b>	<b>3.256</b>	<b>3.901,4</b>	<b>119,82 %</b>

### 3.2. Promoción de Mercados Nacionales e Internacionales

En el Programa de Promoción de Mercados Nacionales e Internacionales Proexport continuó asumiendo en el 2010 tres indicadores con sus respectivas metas:

Monto de los proyectos de inversión extranjera que han iniciado los inversionistas atendidas por Proexport: La meta establecida para el 2010 fue de 945 millones de dólares, a 31 de Diciembre de 2010, Proexport facilitó el inicio de proyectos por un valor de 1.334 millones de dólares, lo cual significa un cumplimiento del 141% del total de la meta anual. En cuanto a la meta de cuatrienio de 1.890 millones dólares a Agosto de 2010 se logró un avance del 80% con un resultado de 1.519 millones de dólares.

#### Monto de los proyectos de Inversión Extranjera que han iniciado los inversionistas atendido por Proexport

Periodo	Meta	Resultado	Avance
● Línea de Base Cuatrienio	--	--	--
● Resultado Año 2006	--	--	--
● AÑO 2006 (Agosto a Diciembre)	--	--	--
● AÑO 2007	--	--	--
● AÑO 2008	--	--	--
● AÑO 2009	945	1.050,1	111,12 %
● AÑO 2010 (Enero a Agosto)	400	469,3	117,33 %
● AÑO 2010	945	1.334,2	141,19 %
<b>Cuatrienio:</b>	<b>1.890</b>	<b>1.519,4</b>	<b>80,39 %</b>

Viajeros extranjeros cuyas visitas fueron facilitadas directamente por Proexport: La meta para el 2010 fue de 352.800 viajeros internacionales y de la cual se lograron facilitar a 31 de Diciembre la visita de 533.424 viajeros, lo que representa un cumplimiento del 151% de la meta del año y un sobrecumplimiento del 32% de la meta del cuatrienio, que es de 966.479 viajeros extranjeros.

#### Viajeros Extranjeros cuyas visitas fueron facilitadas directamente por Proexport

Periodo	Meta	Resultado	Avance
• Línea de Base Cuatrienio	--	24.769	--
• Resultado Año 2006	--	72.032	--
• AÑO 2006 (Agosto a Diciembre)	--	66.653	--
• AÑO 2007	150.000	236.036	157,36 %
• AÑO 2008	254.000	308.776	121,57 %
• AÑO 2009	292.100	376.686	128,96 %
• AÑO 2010 (Enero a Agosto)	200.000	289.416	144,71 %
• AÑO 2010	352.800	533.424	151,2 %
<b>Cuatrienio:</b>	<b>966.479</b>	<b>1.277.567</b>	<b>132,19 %</b>

Visitas a Colombia de Inversionistas extranjeros calificados facilitados por Proexport. Durante el 2010 Proexport no tuvo meta en este indicador, sin embargo, los resultados se reportaron en el sistema. A Diciembre 31 de 2010 se lograron 135 visitas de inversionistas extranjeros. En cuanto a la meta de cuatrienio de 342 visitas se logró un cumplimiento del 163% al tener un resultado a Agosto de 2010 de 562 visitas.

#### Visitas a Colombia de inversionistas extranjeros calificados facilitadas por Proexport

Periodo	Meta	Resultado	Avance
• Línea de Base Cuatrienio	--	20	--
• Resultado Año 2006	--	50	--
• AÑO 2006 (Agosto a Diciembre)	--	43	--
• AÑO 2007	50	108	216 %
• AÑO 2008	158	173	109,49 %
• AÑO 2009	138	169	122,46 %
• AÑO 2010 (Enero a Agosto)	--	69	--
• AÑO 2010	--	135	--
<b>Cuatrienio:</b>	<b>343</b>	<b>562</b>	<b>163,85 %</b>

#### **4. PLAN SECTORIAL DE DESARROLLO ADMINISTRATIVO**

El Plan Sectorial de Desarrollo Administrativo constituye una serie de políticas que buscan el fortalecimiento de la capacidad administrativa y el desempeño institucional de las entidades que pertenecen al Sector de Comercio, Industria y turismo.

Proexport sigue estas políticas y considera importante contar con empleados íntegros, competentes y comprometidos, fortaleciendo las relaciones de cooperación con las demás entidades del sector, mejorando así los canales de interacción, comunicación y evitando prácticas que vayan en contra de los principios y valores institucionales.

Durante el 2010, Proexport generó un número de actividades encaminadas al mejoramiento de los procesos administrativos. A continuación se presentan los resultados referentes a cada una de las políticas que conforman este Plan anual de acción que aplican a Proexport.

##### **4.1 POLÍTICA DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO ESTATAL**

#### **ESTRATEGIA 1: GARANTIZAR LA GESTIÓN INTEGRAL DEL TALENTO HUMANO DE LAS ENTIDADES DEL SECTOR**

#### **DIRECTRIZ 1: ESTABLECER LINEAMIENTOS Y DIRECTRICES DE MEDIANO PLAZO QUE PERMITAN EL DESARROLLO INTEGRAL DE LOS COLABORADES DEL SECTOR.**

**META 1:** Establecer la metodología para el diseño del plan de mediano plazo de la política de desarrollo del Talento Humano – TH

**Indicador:** Metodología diseñada

**Responsable:** Comité Técnico de Desarrollo Administrativo

**Resultados:** Proexport participó en la reunión del 5 de Marzo de 2010.

**META 2:** Socialización de la metodología con los responsables de Recursos Humanos y de Gestión Humana o quienes hacen sus veces

**Indicador:** Reuniones realizadas / Reuniones programadas

**Resultados:** Proexport participó.

**META 3:** Taller para la definición de directrices de la política de mediano plazo de TH

**Indicador:** Talleres realizados/ Talleres programados

**Resultados:** Proexport participó.

**META 4:** Elaboración de la propuesta de plan sectorial de mediano plazo (2010-2014) para la política de desarrollo del TH

**Indicador:** Propuesta de plan elaborada

**Resultados:** Proexport participó.

**DIRECTRIZ 2: ADADELANTAR ACCIONES PARA ASEGURAR QUE LOS SERVIDORES PÚBLICOS CUENTEN CON CONOCIMIENTOS SOBRE LA ENTIDAD, LA ATENCIÓN AL CLIENTE INTERNO Y EXTERNO Y LOS TEMAS ESPECÍFICOS DEL CARGO**

**META 1:** Asegurar que los servidores públicos que ingresan (desde el 1 de enero hasta el 30 de octubre de 2010) participen del programa de inducción.

**Indicador:** # Servidores Nuevos que han participado de la inducción / # Servidores Ingresados.

**Responsable:** Área de Recursos Humanos o quien hace sus veces

**Resultados:** Aunque en Proexport no existen Servidores públicos, los empleados nuevos del fideicomiso han participado de las inducciones programadas.

**META 2:** Asegurar que los servidores antiguos hayan participado del programa de reinducción, cuando aplique.

**Indicador:** # Servidores Antiguos que han participado de la reinducción / # Servidores Antiguos

**Responsable:** Área de Recursos Humanos o quien hace sus veces

**Resultados:** N/A;

**DIRECTRIZ 3: CREAR Y MANTENER CONDICIONES QUE FAVOREZCAN EL DESARROLLO PERSONAL Y LABORAL DEL SERVIDOR**

**META 1:** Realizar encuesta del clima organizacional sectorial

**Indicador:** No de colaboradores que contestan la encuesta/No. Colaboradores a encuestar

**Responsable:** Coordina MinComercio con apoyo de las Áreas de Recursos Humanos o quienes hace sus veces en cada entidad

**Resultados:** Los empleados del Fideicomiso participaron activamente de la encuesta de clima organizacional que realizada para el Sector.

**META 2:** Realizar evaluación del desempeño correspondiente al año 2009.

**Indicador:** Calificación promedio de la entidad.

**Responsable:** Área de Recursos Humanos o quien hace sus veces.

**Resultados:** Se realizó la evaluación de desempeño 360° a todos los empleados de Proexport y se consolidaron los resultados del equipo directivo y se presentaron a la presidencia. Se están revisando los casos críticos para tomar las acciones de mejora pertinentes.

**META 3:** Implementar el Plan de Capacitación, Bienestar Social y Salud Ocupacional del 2010

**Indicador:** Actividades realizadas/actividades programadas.

**Responsable:** Área de Recursos Humanos o quien hace sus veces.

**Resultados:** - Talento Humano de Fiducoldex implementó el Plan de Salud Ocupacional y se desarrollaron a 21 de Diciembre, 13 programas. En cuanto al Plan de Bienestar se desarrollaron 12 programas.

- Talento Humano de Proexport: Las actividades establecidas en el Plan de Capacitación hasta la fecha se han cumplido en un 100%. Algunas de las actividades son:  
Se cumplió el programa de Universidad Corporativa establecido para el cuarto trimestre (acumulado), con la realización de las siguientes sesiones:

12 para Talentos 2009.

13 para Talentos 2010.

9 para Gerentes.

Entre el 9 y 10 de Diciembre se realizó la inducción a 35 nuevos empleados.

**DIRECTRIZ 4: SENSIBILIZAR EL RETIRO DEL SERVICIO DE LOS PREPENSIONADOS.**

**META 1:** Realizar 1 actividad sectorial para prepensionados

**Responsable:** Áreas de Recursos Humanos o quien hace sus veces

**Resultados:** N/A

## 4.2 POLÍTICA GESTIÓN DE CALIDAD

**ESTRATEGIA 1: UN MEJOR ESTADO AL SERVICIO DEL CIUDADANO**

**DIRECTRIZ 1: ESTABLECER LINEAMIENTOS Y DIRECTRICES DE MEDIANO PLAZO QUE PERMITAN EL MANTENIMIENTO DE UN SISTEMA INTEGRAL DE CALIDAD EN EL SECTOR.**

**META 1:** Establecer la metodología para el diseño del plan de mediano plazo de la política de Gestión de Calidad - GC

**Indicador:** Metodología diseñada

**Responsable:** Comité Técnico de Desarrollo Administrativo

**Resultados:** Proexport participó en la reunión del 5 de Marzo

**META 2:** Socialización de la metodología con los responsables de Gestión de Calidad o quienes hacen sus veces.

**Indicador:** Reuniones realizadas / Reuniones programadas

**Responsable:** Comité Técnico de Desarrollo Administrativo coordinado con los Jefes de Gestión de Calidad o quienes hacen sus veces.

**Resultados:** Proexport participó.

**META 3:** Taller para la definición de directrices de la política de mediano plazo de GC.

**Indicador:** Propuesta de plan elaborada

**Responsable:** Comité Técnico de Desarrollo Administrativo coordinado con los Jefes de Gestión de Calidad o quienes hacen sus veces.

**Resultados:** Proexport participó.

**META 4:** Elaboración de la propuesta de plan sectorial de mediano plazo (2010-2014) para de la política de GC.

**Indicador:** Propuesta de plan elaborada.

**Responsable:** Comité Técnico de Desarrollo Administrativo coordinado con los Jefes de Gestión de Calidad o quienes hacen sus veces.

**Resultados:** Proexport participó.

## **DIRECTRIZ 2: MANTENER EL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD – SGC**

**META 1:** cumplir con el plan elaborado por cada entidad para el sistema de gestión de calidad - SGC, encaminado a lograr o mantener la certificación de la entidad.

**Indicador:** % entidades del sector certificadas en el SGC (NTCGP1000:2004) = (No. Entidades Certificadas / No. Entidades del Sector).

**Responsable:** Coordinador del SGC en cada entidad

**Resultados:** - Del 18 al 20 de agosto se realizó la Auditoría Externa de Seguimiento por el ICONTEC; con excelentes resultados, cero no conformidades.

- Se han realizado 9 capacitaciones sobre la nueva herramienta del Sistema de Calidad de Proexport, participaron 55 empleados.
- El 8 de octubre se inició el Curso de Formación de Auditores Internos de Calidad, con la participación de 25 empleados.
- Se formaron dos auditores líderes con la empresa SGS.
- Se realizaron 4 capacitaciones de la nueva herramienta del Sistema de Calidad: Octubre 1: Modulo Documental (2 sesiones; 23 personas). Noviembre 8: 2 sesiones, 23 personas.

### **DIRECTRIZ 3: FORTALECER LA COORDINACIÓN A NIVEL SECTORIAL RELACIONADAS CON EL MANTENIMIENTO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD**

**META 1:** Realizar reuniones sectoriales con los responsables del SGC, para compartir herramientas y experiencias que se puedan implementar en el sector.

**Indicador:**  $((\text{No. Entidades que participan en las reuniones} / \text{No. Entidades del sector}) \times 0,5) + ((\text{N}^{\circ} \text{ Reuniones realizadas} / \text{N}^{\circ} \text{ Reuniones programadas}) \times 0.5)$

**Responsable:** Citación a cargo del coordinador del SGC de Mincomercio. Asistirán los responsable del SGC de cada entidad.

**Resultados:** Debido al cambio de asesor de calidad y talento humano se presentó una falla de comunicación en la citación de las reuniones, por lo cual Proexport no asistió a estas.

### **DIRECTRIZ 4: FORTALECER LA ADMINISTRACIÓN DOCUMENTAL**

**META 1:** Adelantar un programa de gestión documental (Archivo)

**Indicador:** No. Actividades efectuadas / No. Actividades programadas

**Responsable:** Área responsable de la gestión documental

**Resultados:** N/A

### **DIRECTRIZ 5: GARANTIZAR EL MEJORAMIENTO CONTINUO DE LAS ÁREAS TECNOLÓGICAS**

**META 1:** Disponibilidad de los sistemas de información de misión crítica 7díasX24horas en 95%

**Indicador:** No. de horas mes disponibles de los SIMC/ No. de horas mes establecidas en la meta para el servicio de los SIMC (mínimo 95%)

**Responsable:** Jefe de Sistemas o quien haga sus veces

**Resultados:** Finalizado el cuarto trimestre se realiza calculo de disponibilidad con resultado del 99,07%

**META 2:** Disponibilidad de la infraestructura tecnológica de misión crítica 7díasX24horas en 95%.

**Indicador:** No. de horas mes disponibles de los ITMC / No. de horas mes establecidas en la meta para el servicio de los ITMC (mínimo 95%)

**Responsable:** Jefe de Sistemas o quien haga sus veces

**Resultados:** **Limite** Inferior IV Trimestre /2010- **Límite Superior** IV Trimestre /2010  
97% - 100%. Resultado: 99,07%

**META 3:** Elaboración y Seguimiento del Plan Informático de mediano plazo

**Indicador:** Actividades realizadas / Actividades programadas

**Responsable:** Jefe de Sistemas o quien haga sus veces

**Resultados:** Proexport participó

#### **4.3 POLÍTICA DEMOCRATIZACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

**ESTRATEGIA 1: DESARROLLO Y GESTIÓN DE ACCIONES ENCAMINADAS A FORTALECER LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA.**

**DIRECTRIZ 1: ESTABLECER LINEAMIENTOS Y DIRECTRICES DE MEDIANO PLAZO QUE PERMITAN ACERCAR A LA COMUNIDAD Y A LOS FUNCIONARIOS HACIA EL CONOCIMIENTO DEL SECTOR COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO**

**META 1:** Establecer la metodología para el diseño del plan de mediano plazo de la política de Democratización de la Administración Pública – DAP

**Indicador:** Metodología diseñada

**Responsable:** Comité Técnico de Desarrollo Administrativo

**Resultados:** Proexport participó en la reunión del 5 de Marzo

**META 2:** Socialización de la metodología con los responsables de Atención al Ciudadano o quienes hacen sus veces

**Indicador:** Reuniones realizadas / Reuniones programadas

**Responsable:** Comité Técnico de Desarrollo Administrativo coordinara con los Jefes de Atención al Ciudadano o quienes hacen sus veces

**Resultados:** Proexport participó

**META 3:** Taller para la definición de directrices de la política de mediano plazo de DAP

**Indicador:** Talleres realizados/ Talleres programados

**Responsable:** Comité Técnico de Desarrollo Administrativo coordinara con los Jefes de Atención al Ciudadano o quienes hacen sus veces

**Resultados:** Proexport participó

**META 4:** Elaboración de la propuesta de plan sectorial de mediano plazo (2010-2014) para de la política de DAP

**Indicador:** Propuesta de plan elaborada

**Responsable:** Comité Técnico de Desarrollo Administrativo coordinara con los Jefes de Atención al Ciudadano o quienes hacen sus veces

**Resultados:** Proexport participó

## **DIRECTRIZ 2: ACERCAR A LA COMUNIDAD Y A LOS FUNCIONARIOS HACIA EL CONOCIMIENTO DEL SECTOR COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO**

**META 1:** Divulgar la Planeación Estratégica Sectorial en las entidades que hacen parte del sector

**Indicador:** N° Presentaciones de Planeación Estratégica difundidas / N° Eventos sectoriales que se realicen, con relación a la Planeación Estratégica

**Responsable:** Oficina de Planeación Sectorial

**Resultados:** La divulgación de la planeación estratégica del sector se está realizando por cada responsable de área en Proexport desde el 16 de Marzo hasta la fecha.

El 16 de Diciembre de 2010 durante la reunión "Construyendo Futuro" se contó con la presencia del Ministro y de los Viceministros los cuales expusieron las estrategias sectoriales.

**META 2:** Prestar apoyo interinstitucional en capacitaciones misionales dirigidas a usuarios del sector

**Indicador:** No. De capacitaciones efectuadas / No. De capacitaciones programadas

**Responsable:** Citación a cargo de la Oficina de Atención al Ciudadano - Mincomercio. Asistirán las Áreas de Atención al Ciudadano de cada entidad

**Resultados:** Proexport participó

**META 3:** Mantener actualizado el programa para la simplificación o supresión de trámites innecesarios, en las entidades que apliquen

**Indicador:** 2 informes

**Responsable:** Área responsable de trámites

**Resultados:** N/A. Proexport no tiene trámites

### **DIRECTRIZ 3: FORTALECIMIENTO DE LA FUNCIÓN DE COORDINACIÓN SECTORIAL**

**META 1:** Efectuar reuniones entre las áreas de atención al ciudadano para compartir experiencias, herramientas y procesos que se pudiesen implementar en el sector

**Indicador:**  $((\text{No. Entidades que participan en las reuniones} / \text{No. Entidades del sector}) \times 0,5) + ((\text{N}^\circ \text{ Reuniones realizadas} / \text{N}^\circ \text{ Reuniones programadas}) \times 0.5)$

**Responsable:** Citación a cargo de la Oficina de Atención al Ciudadano - Mincomercio. Asistirán las Áreas de Atención al Ciudadano de cada entidad

**Resultados:** El día 7 de mayo se realiza reunión entre las áreas de atención al ciudadano de las entidades del sector. Se realizó el acta de la reunión en donde se establece temas tratados y compromisos a desarrollar. De igual forma se participó en la reunión del 13 de Agosto en donde se trató el tema del centro Virtual del Ciudadano. Por ultimo se participó en la reunión del 29 de Octubre.

**META 2:** Adelantar reuniones sectoriales de Jefes de Sistemas o quienes hagan sus veces, para generación de sinergias y estrategias relacionadas con las herramientas informáticas, con el fin de efectuar seguimiento a los temas relacionados con Agenda de Conectividad, Gobierno en Línea y demas temas relacionados con el área.

**Indicador:**  $((\text{No. Entidades que participan en las reuniones} / \text{No. Entidades del sector}) \times 0,5) + ((\text{N}^\circ \text{ Reuniones realizadas} / \text{N}^\circ \text{ Reuniones programadas}) \times 0.5)$

**Responsable:** Citación a cargo de Mincomercio. Asistirán los Jefe de Sistemas o quien haga sus veces

**Resultados:** Proexport participo en la reunión del 9 de Junio de 2010 y en la reunión del 26 de Octubre de 2010.

#### **4.4 POLÍTICA MORALIZACIÓN Y TRANSPARENCIA EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

##### **ESTRATEGIA 1: APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS PARA FORTALECER EL CUMPLIMIENTO DE LAS FUNCIONES DEL ESTADO.**

##### **DIRECTRIZ 1: ESTABLECER LINEAMIENTOS Y DIRECTRICES DE MEDIANO PLAZO QUE PERMITAN EL FORTALECIMIENTO DE VALORES Y RESPONSABILIDADES DE LOS COLABORADORES DEL SECTOR**

**META 1:** Establecer la metodología para el diseño del plan de mediano plazo de la política de Moralización y Transparencia en la Administración Pública – MTAP

**Indicador:** Metodología diseñada

**Responsable:** Comité Técnico de Desarrollo Administrativo

**Resultados:** Proexport participó en la reunión del 5 de Marzo

**META 2:** Socialización de la metodología con los responsables de Control Interno o quienes hacen sus veces

**Indicador:** Reuniones realizadas / Reuniones programadas

**Responsable:** Comité Técnico de Desarrollo Administrativo coordinara con Jefes de Control Interno o quienes hacen sus veces

**Resultados:** Proexport participó

**META 3:** Taller para la definición de directrices de la política de mediano plazo de MTAP

**Indicador:** Talleres Realizados/ Talleres Programados

**Responsable:** Comité Técnico de Desarrollo Administrativo coordinara con Jefes de Control Interno o quienes hacen sus veces

**Resultados:** Proexport participó

**META 4:** Elaboración de la propuesta de plan sectorial de mediano plazo (2010-2014) para de la política de MTAP

**Indicador:** Propuesta de plan elaborada

**Responsable:** Comité Técnico de Desarrollo Administrativo coordinara con Jefes de Control Interno o quienes hacen sus veces

**Resultados:** Proexport participó

## **DIRECTRIZ 2: MECANISMOS PARA BRINDAR TRANSPARENCIA EN EL EJERCICIO DE LA FUNCIÓN ADMINISTRATIVA**

**META 1:** Adelantar las auditorias integrales de acuerdo con el Plan Anual de Auditorias

**Indicador:** No. De auditorias realizadas / No. De auditorias programadas

**Responsable:** Jefe Oficina de Control Interno o quien haga sus veces

**Resultados:** N/A

**META 2:** Mantenimiento del Observatorio del Sistema de Control Interno Sectorial

**Indicador:** No Actualizaciones realizadas/Actualizaciones requeridas

**Responsable:** Comité Técnico de Control Interno

**Resultados:** N/A

## **DIRECTRIZ 3: DIFUSIÓN DE LOS PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE CONTRATACIÓN**

**META 1:** Sensibilizar a los interventores y / o supervisores acerca de las responsabilidades frente a la contratación.

**Indicador:** 1 sensibilización

**Responsable:** Responsable del proceso de contratación ó quien hace sus veces

**Resultados:** Se han realizado las siguientes acciones:

18 de Enero: Capacitación Contratación

21 de Enero: Capacitación Contratación

22 de Enero: Teleconferencia Capacitación Contratación

11 de Febrero: Instructivo Contratación/ Ley de Garantías

24 de Marzo: Inducción Contratación/ Ordenadores del gasto.

## **ESTRATEGIA 2: OPERATIVIDAD DE LOS PROCESOS DE CONTROL**

### **DIRECTRIZ 1: DIVULGACIÓN DEL CÓDIGO DE ÉTICA**

**META 1:** Adelantar campaña dirigida a la formación de valores de responsabilidad y vocación de servicio, que garantice el interés del colaborador en la administración de lo público.

**Indicador:** 1 campaña

**Responsable:** Responsable del Control Interno Disciplinario o quienes hacen sus veces

**Resultados:** N/A

## **4.5 POLÍTICA REDISEÑOS ORGANIZACIONALES**

### **ESTRATEGIA 1: DISEÑO DE ORGANIZACIONES MODERNAS, FLEXIBLES Y ABIERTAS AL ENTORNO**

**DIRECTRIZ 1: PROGRAMA DE RENOVACIÓN DEL ESTADO EN LAS ENTIDADES QUE REQUIERAN DE REESTRUCTURACIÓN, DE ACUERDO CON LOS LINEAMIENTO DE LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA Y EL DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN.**

**META 1:** Reestructuración de las entidades del sector que lo necesiten.

**Indicador:** Informe (en la eventualidad de que se adelante)

**Responsable:** Gerente de Rediseño Sectorial en coordinación con el delegado de la Alta Dirección de cada entidad

**Resultados:** N/A

**META 2:** Adelantar acciones para procurar el traslado de las funciones relacionadas con Pensionados a cargo del MCIT

**Indicador:** Informe de acciones realizadas

**Responsable:** Jefe Recursos Humanos MinComercio

**Resultados:** N/A

## 5. RETOS 2011

Proexport continuará realizando la promoción internacional del país que le permita contribuir al crecimiento económico sostenible, a la generación de empleo, y demás lineamientos del Gobierno Nacional, para ello ha participado en la planeación estratégica del sector 2011 - 2014, y se ha fijado entre otros las siguientes metas:

- ✚ Continuar con la promoción de Colombia como destino de inversión extranjera directa que permitan lograr que inversionistas acompañados por Proexport inicien proyectos de inversión por un monto estimado de 1.000 millones de dólares que logren generar 12.000 empleos en el país, para ellos se tiene estimado la realización de 70 seminarios
- ✚ En turismo, se mantendrán y reforzarán las estrategias que buscan atraer viajeros a los diferentes destinos o productos, Naturaleza, Historia, Cultura., Sol y Playa, y Cruceros, Golf, entre otros. Se espera lograr que 545.585 viajeros internacionales visiten Colombia como resultado de la gestión realizada y captar 14 Congresos
- ✚ .Continuar con la estrategia de diversificación de mercados y aprovechamiento de acuerdos que permita generar oportunidades de mercado y facilitar negocios a 1.625 empresas por un valor de US\$1.250 millones de exportaciones