



**INFORME DE GESTIÓN
2011**

Bogotá, Enero 2012

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	i
1. LOGROS 2011	1
2. PLANEACION ESTRATÉGICA SECTORIAL.....	3
2.1 INTERNACIONALIZACION DE LA ECONOMÍA	3
2.1.1 Promover a Colombia como país proveedor de bienes y servicios en los mercados internacionales	3
2.1.1.1 Seminarios de divulgación de acuerdos comerciales.....	3
2.1.1.2 Promoción de bienes y servicios en los mercados internacionales	4
2.1.1.3 Negocios de exportación facilitados	7
2.1.1.4 Número de empresas.....	8
2.1.1.5 Plan de actividades con algunos países de Asia.....	9
2.1.2 Promover a Colombia como destino de inversión extranjera directa en sectores estratégicos	10
2.1.2.1 Seminarios de Promoción de Inversión	11
2.1.2.2 Monto de proyectos de inversión iniciados	11
2.1.2.3 Empleos estimados en los proyectos de inversión.....	12
2.1.3.4 Otras acciones	12
2.2 HACER DE COLOMBIA UN DESTINO TURÍSTICO DE CLASE MUNDIAL	13
2.2.1 Mejoramiento de la imagen turística y del mercadeo internacional	15
2.2.1.1 Plan de mercadeo internacional	15
2.2.1.2 Material promocional de Colombia en las embajadas y consulados	15
2.2.1.3 Turistas Facilitados	15
2.2.2 Desarrollo de los productos turísticos preferentes.....	16
2.2.2.1 Turismo Náutico.....	16
2.2.2.2 Turismo de Congresos, Eventos e Incentivos (MICE).....	16
2.2.3 Acciones	18

2.3	DESARROLLO EMPRESARIAL	20
2.3.1	Fortalecimiento de las Mipymes	20
2.3.2	Promoción innovadora de exportaciones	20
3.	PLAN INDICATIVO.....	21
3.1	Promoción de la Inversión.....	21
3.2	Facilitación del Comercio	22
4.	OTROS LOGROS.....	24
4.1	Actividades para el aprovechamiento de acuerdos.....	24
4.1.1	TLC USA	244
4.1.2	TLC Canadá	25
4.2	Otros temas	266
5.	RETOS 2012	27

INFORME GESTIÓN 2011

INTRODUCCIÓN

En el panorama mundial, el ritmo del crecimiento se desaceleró en 2011 debido a la recuperación más lenta de las economías avanzadas y a la agudización de la incertidumbre fiscal y financiera.

Pese a lo anterior, las economías emergentes, en general continuaron presentando un crecimiento elevado y fueron inmunes a los sucesos desfavorables de los países desarrollados.

En el contexto nacional, Colombia cerró el 2011 con cifras positivas: crecimiento económico durante el tercer trimestre del 7.7% lo que permite prever al Gobierno Nacional que podría ser del 5,5 por ciento al finalizar 2011. Según proyecciones del Banco Mundial (BM) después de Brasil, México y Argentina, en 2012, Colombia será la cuarta economía latinoamericana.

Algunos temas marcaron la agenda económica del país, entre ellos el reto de avanzar en la inserción colombiana a Asia-Pacífico. Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la estrategia de Colombia con los países de Asia-Pacífico se está desarrollando en ámbitos como el fortalecimiento de las relaciones económicas y comerciales, la promoción de la cooperación y creación de capacidad en sectores estratégicos, la atracción de inversión extranjera y la promoción del turismo.

Otros hechos que en 2011 favorecieron el contexto de la economía colombiana fue la entrada en vigencia de los TLC's con Canadá, Suiza y Liechtenstein; la ratificación del Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos; el reconocimiento de la perspectiva estable de la economía por parte de tres agencias internacionales calificadoras de riesgo que otorgaron Grado de Inversión al país^[4] y la disminución de la tasa de desempleo nacional que pasó de 11,2% a 9,2%.

La gestión de Proexport en el 2011, sigue orientada al logro de los objetivos planteados en el Plan Estratégico Sectorial 2011 -2014. El fideicomiso se ha hecho partícipe y líder de algunas de las estrategias formuladas para el logro de los objetivos misionales del Sector; Internacionalización de la Economía, Desarrollo Empresarial, Colombia Destino turístico de Clase Mundial.

Consciente de la importancia que tiene la inversión extranjera directa en la innovación, productividad, desarrollo de oferta exportadora y turismo, Proexport organizó 86 seminarios de promoción en 26 países. Resultado de la promoción y atención personalizada a los inversionistas, se recibió información sobre el inicio de 57 proyectos de inversión por un monto 1.427,9 millones de dólares provenientes de Estados Unidos, España, Canadá, China, Reino Unido, Venezuela, Chile, Brasil, México, India, Bélgica, Argentina y Guatemala.

En materia de exportaciones, Proexport continuó con las estrategias de diversificación de mercados, de aprovechamiento de acuerdos y de innovación. Para lo cual fueron realizadas más de 100 actividades entre seminarios de aprovechamiento, misiones exploratorias, ferias internacionales, misiones de compradores, ruedas y macroruedas muchas de ellas en el marco del plan de apoyo implementado a mediados del año. Como producto de estas actividades y de las realizadas en años anteriores 1.674 empresas colombianas informaron haber realizado negocios por US\$1.369 millones.

En la promoción internacional del turismo, se continuó con los planes de promoción conjunta con mayoristas u operadores turísticos internacionales, participación en ferias, y labor con cruceros y agentes, acciones que motivaron a 636.104 viajeros internacionales a visitar a Colombia para disfrutar de los diferentes destinos y productos, de acuerdo con la información entregada a Proexport por los empresarios.

Igualmente, en turismo de reuniones o MICE, se participó en eventos y se acompañó a las asociaciones y empresas en diferentes gestiones, las cuales informaron haber captado 17 Congresos, 20 convenciones corporativas, 33 viajes de incentivos y 5 eventos de golf, que se llevarán a cabo en Colombia hasta el año 2014.

Con el propósito de conocer los mercados dinámicos asiáticos y con ello explorar las oportunidades que ofrecen para Colombia, Proexport abrió oficinas comerciales en este continente y en Turquía lo hizo con Prochile.

1. LOGROS 2011

- Seminarios de divulgación de los acuerdos comerciales con Suiza, México, Triangulo Norte y Canadá, fueron realizados y contaron con la participación de 1.561 personas de manera virtual y 171 en stream. En Octubre, la Junta Asesora aprobó un plan de trabajo para el aprovechamiento del TLC USA ratificado, que inició en noviembre del 2011 y va hasta diciembre del 2013.
- Con el fin de beneficiar las empresas afectadas por el vencimiento del APTDEA, la revaluación y la ola invernal, se implementó a partir de julio de 2011, un Plan de Apoyo que contó con 63 actividades en el exterior y 35 en Colombia, con la participación de 3.113 empresarios y se generaron más de US\$214 millones en expectativas de negocios en 42 mercados.
- 1.674 empresas colombianas, hicieron negocios de exportaciones por US\$1.369 millones de acuerdo con la información entregada por los compradores internacionales y empresarios colombianos.
- 86 seminarios de promoción de Colombia como destino de inversión extranjera fueron realizados en 26 países.
- Se iniciaron proyectos de inversión por un monto de US\$1.428 millones de acuerdo con la información entregada por los inversionistas, con los cuales estiman generar 21.175 empleos.
- 636.104 viajeros internacionales de 21 países arribaron a Colombia como resultado de la gestión de Proexport, de acuerdo con la información de mayoristas y empresarios de turismo.
- 75 eventos captados (entre los cuales 17 son congresos) informaron los diferentes empresarios de turismo de reuniones quienes estiman una participación de 8.361 personas.
- 46 empresas de software, confitería, prendas de vestir y cosméticos y aseo se vinculan al programa expopyme.
- 915 seminarios de capacitación en comercio (Programa de Formación Exportadora) fueron realizados en 22 ciudades, de los cuales se graduaron 3.646 personas (es decir participaron en más de cuatro seminarios).
- Trabajo con aliados internacionales como Koima, UKI, Jetro, e inicio del trabajo de promoción conjunta con ProChile, ProMéxico, PromPerú y ProEcuador,

- Se amplía la presencia de Proexport en Asia (ya funcionando Corea, Japón, Singapur y Turquía (en conjunto con Prochile)) y se fortalecen las oficinas en China, Estados Unidos y Canadá entre otros.
- Se inicia la estrategia de regionalización, que busca generar alianzas regionales para buscar sinergias y ofrecer servicios complementarios, que faciliten el proceso exportador regional, el turismo y la inversión. En este año, se firmaron dos convenios uno con la Cámara de Comercio de Barranquilla y otro con la Cámara de Comercio de Bogotá.

2. PLANEACION ESTRATÉGICA SECTORIAL

Proexport como ejecutor de las políticas y encargado de la promoción de Colombia, participa en las estrategias misionales del Ministerio y tuvo a su cargo la estrategia de competitividad de Imagen País. En el año 2011, se determinó como estrategia del Gobierno Nacional darle un alcance transversal a la marca país para cobijar todas las entidades del orden nacional por lo cual se determinó darle una administración distinta de Proexport.

2.1 INTERNACIONALIZACION DE LA ECONOMÍA

En Internacionalización de la Economía se busca “aumentar y diversificar el comercio exterior de bienes y servicios y los flujos de inversión extranjera directa”. Proexport lidera las estrategias: Promoción de Colombia como país proveedor de bienes y servicios en los mercados internacionales y Colombia como destino de inversión extranjera directa en sectores estratégicos y participa activamente en otras.

2.1.1 Promover a Colombia como país proveedor de bienes y servicios en los mercados internacionales

2.1.1.1 Seminarios de divulgación de acuerdos comerciales.

Durante el 2011, se realizaron los cuatro seminarios planeados.

a. Divulgación resultados estudio de sectores por cooperación Suiza

Se realizó la divulgación de los siguientes estudios ingredientes naturales en Bogotá, Cali y Medellín; y sobre alimentos procesados en Medellín, Bogotá, Cali, Manizales y Barranquilla. Participaron en total 290 personas.

b. Seminario Triángulo Norte y Seminario México

El seminario de divulgación de oportunidades en los mercados de México y Triángulo Norte, se realizó el 16 de septiembre, desde Bogotá y con transmisión simultánea a ocho ciudades: Barranquilla, Cartagena, Bucaramanga, Cúcuta, Medellín, Pereira, Manizales y Cali. Participaron 520 personas.

c. Seminario Canadá

El “Seminario de Oportunidades TLC Colombia – Canadá” en Bogotá con transmisión en simultánea en Barranquilla, Cartagena, Bucaramanga, Cúcuta, Medellín, Pereira, Manizales, Cali, se realizó el 26 de septiembre. Participaron 751 personas de manera presencial en las diferentes ciudades y 171 más a través del stream publicado en las web del MCIT y Proexport.

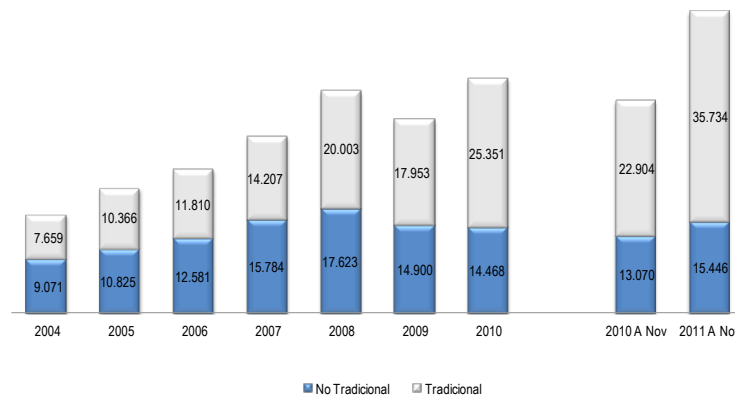
2.1.1.2 Promoción de bienes y servicios en los mercados internacionales

Las exportaciones colombianas han presentado una dinámica creciente, a excepción del monto registrado en 2009. Durante los años comprendidos entre 2004 y 2010 las exportaciones totales registran un crecimiento compuesto anual de 16 por ciento.

En los once primeros meses de 2011, las exportaciones totales alcanzaron los US\$51.180 millones. Este monto es un 42.3 por ciento superior al observado en el mismo periodo de 2010 (US\$35.974 millones), y un 29 por ciento mayor al observado en el año completo 2010 (US\$39.820 millones).

Las exportaciones tradicionales crecieron en el período enero – noviembre de 2011 un 56% frente a la cifra observada en 2010, mientras que las exportaciones de productos no tradicionales lo hicieron en un 18 por ciento, en el mismo periodo.

COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES COLOMBIANAS 2004 - 2011*

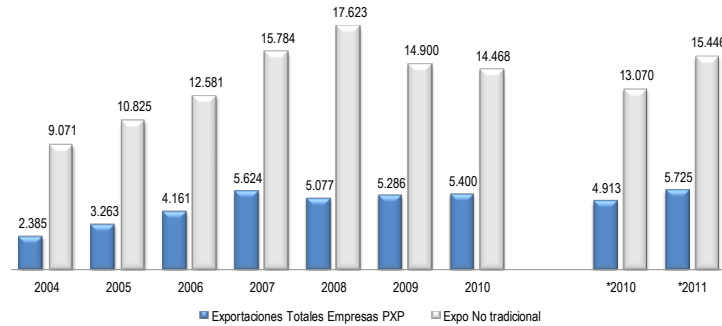


Fuente: DANE Cálculos: Proexport
* Enero – Noviembre

En materia de destinos, las exportaciones de productos no tradicionales a noviembre del 2011, se dirigieron a Estados Unidos (27%), Comunidad Andina (18%), Unión Europea (10%), Venezuela (8%), Suiza (5%), Brasil (5%), México (4%), Chile (3%) y otros países (20%).

La evolución de las exportaciones totales de las empresas a las que Proexport ha apoyado en la realización de algún negocio, ha venido aumentando. En el 2004, estas empresas exportaban US\$2.385 millones y en el periodo enero-noviembre de 2011 exportaron US\$5.725 millones, lo cual representa un crecimiento compuesto en el periodo de 12 por ciento.

**EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES TOTALES DE LAS EMPRESAS CON NEGOCIOS
PXP vs. NO TRADICIONALES PAIS
AÑOS 2003 - 2011*
Millones USD**

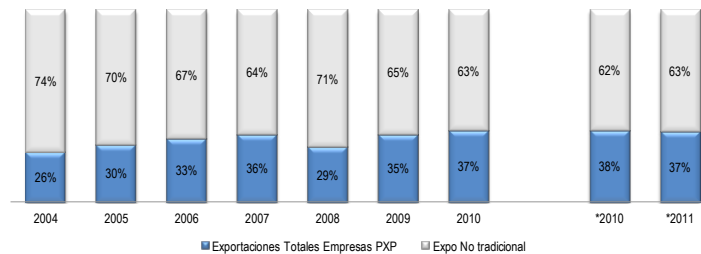


Fuente: DANE, Cálculos Proexport.

* Cifras de exportaciones DANE a Noviembre 2010 y 2011.

La participación de las exportaciones totales de las empresas apoyadas por Proexport como porcentaje de las exportaciones no tradicionales de Colombia, se ha incrementado durante el periodo 2004-2011, al pasar del 26% en 2004 al 37% en 2011. Ver gráfica a continuación.

**PARTICIPACION DE LAS EXPORTACIONES TOTALES DE LAS EMPRESAS CON NEGOCIOS
FACILITADOS POR PROEXPORT EN L TOTAL DE LAS NO TRADICIONALES
2003 - 2011***



Fuente: DANE, Cálculos Proexport.

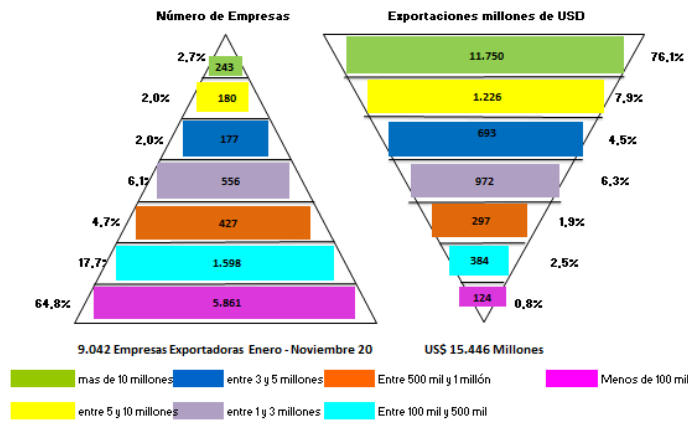
* Cifras de exportaciones DANE a Noviembre 2010 y 2011.

Al realizar el ejercicio descontando las exportaciones correspondientes metales y piedras preciosas (que son no tradicionales y mineras), la participación para los once meses de 2011 sube a 48%.

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 2011:

Distribución de las Exportaciones Colombianas No Tradicionales por Rangos
Enero - Noviembre 2011



Fuente: DANE Cálculos: Proexport

Como se puede observar, del total de empresas exportadoras a noviembre de 2011, 243 aportaron el 76% de las exportaciones no tradicionales, equivalentes a US\$11.750 millones, mientras que 5.861 empresas exportadoras aportaron solo el 0,8% (US\$124 millones) del monto total exportado.

Del total de empresas exportadoras, Proexport hizo seguimiento de oportunidades a 1.804, de las cuales el 73% exportan menos de un millón de dólares. 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	Exportaciones empresas apoyadas con oportunidades ¹ 2011 (A Nov)	Monto Negocios Certificados ² Ene-Dic/11
X < 100 Mil	838	46%	46%	8.938.355	31.195.306
100 mil ≤ X < 500 Mil	363	20%	67%	65.147.446	63.782.378
500 Mil ≤ X < 1 Millón	124	7%	73%	64.686.322	54.787.273
1 Millón ≤ X < 3 Millones	201	11%	85%	316.918.770	187.370.655
3 Millones ≤ X < 5 Millones	83	5%	89%	285.429.786	103.075.030
5 Millones ≤ X < 10 Millones	86	5%	94%	570.926.781	159.697.197
X ≥ 10 Millones	109	6%	100%	4.468.942.070	769.138.070
Total General	1.804	100%		5.780.989.531	1.369.045.908

Fuente: Exportaciones a Noviembre Fuente DANE - Proexport

1. Exportaciones totales de las empresas que cuentan con oportunidades con Proexport.

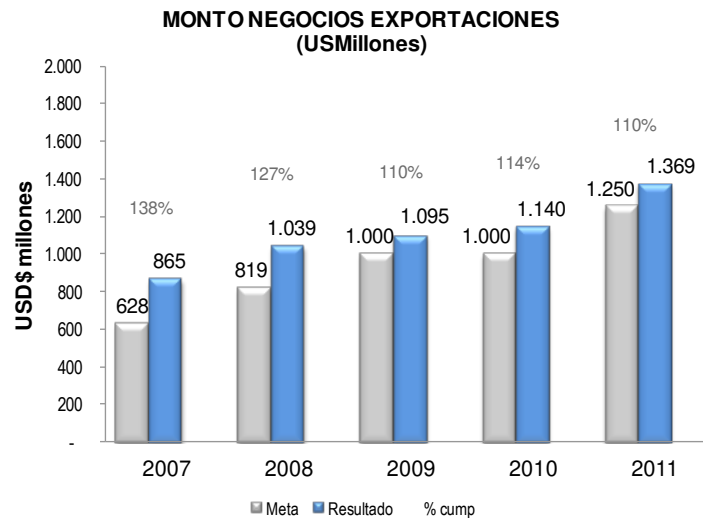
2. Empresas que certificaron negocios a Proexport. Cifras a 31 de Diciembre 2011

Como se observa en la tabla anterior, la mayor concentración de las empresas con oportunidades se encuentra en el rango de exportación más bajo (< de US\$ 100.000). En cuanto al monto de los negocios realizados por los empresarios, gracias a la gestión de Proexport (negocios certificados), el mayor aporte, al igual que en el nivel nacional (Cifras DANE), proviene de las empresas con exportaciones de montos superiores a US\$10

millones, las cuales informaron negocios a Proexport por un valor de US\$769 millones, monto que equivale al 56% por ciento del total de negocios certificados¹.

2.1.1.3 Negocios de exportación facilitados

Como resultado de las diferentes actividades de promoción y en especial de las realizadas en el marco del Plan de Apoyo dirigido a las empresas exportadoras afectadas por el APTDEA, la revaluación y la ola invernal que inició en julio, Proexport recibió información de los empresarios de 6.142 nuevas oportunidades. Así mismo, informaron haber realizado negocios por un monto de US\$1.369 millones que representa un cumplimiento del 110% de la meta anual. Este monto es un 7 por ciento superior al registrado en el año 2010. (Ver gráfico a continuación).



Fuente : Proexport - CRM

Algunas de las actividades fueron:

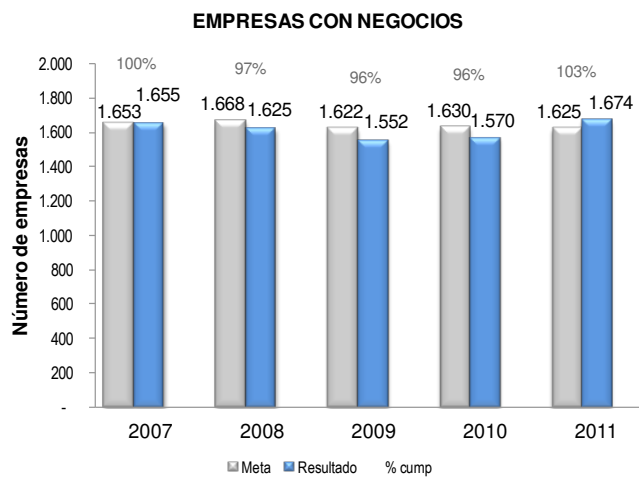
- Ferias internacionales (más de 50), entre las cuales se cuentan: Fruit Logistica, Biofach, Anuga, Intermoda, Inditex Beyond Fimi, y las ferias del Libro de Guadalajara y Frankfurt en las que participaron empresas colombianas.
- Misiones de compradores o ruedas de negocios en las ferias colombianas, como Colombiamoda, Colombiatex, Expoconstrucción y expodiseño, Belleza y Salud, Expoartesanas, Feria del Libro en Bogotá y Softic, entre otras.
- Cuatro macrorruedas: Latinoamérica y del Caribe en Bucaramanga; Brasil en Sao Pablo, Triángulo Norte y México en Cancún y Canadá en Toronto, en las que se realizaron más de 7.000 citas con expectativas de negocios por valor de US\$133 millones, y se contó con una participación promedio de 160 compradores internacionales y 204 exportadores.

¹ Este monto incluye el valor de un negocio realizado por un exportador, por valor de US\$150 millones, en el sector de servicios de ingeniería y construcción

En 2011, se logra exportar por primera vez a Brasil atún, genética bovina y palmitos; a Egipto y Líbano carne bovina y a Corea del Sur, Reino Unido y Líbano Cafés especiales y una empresa de Bucaramanga, reporta negocios en nuevos mercados: Tanzania, Malawi, Ruanda, Uganda, Timor del Este, Burundi, Indonesia, Reunión, St. Marteen.

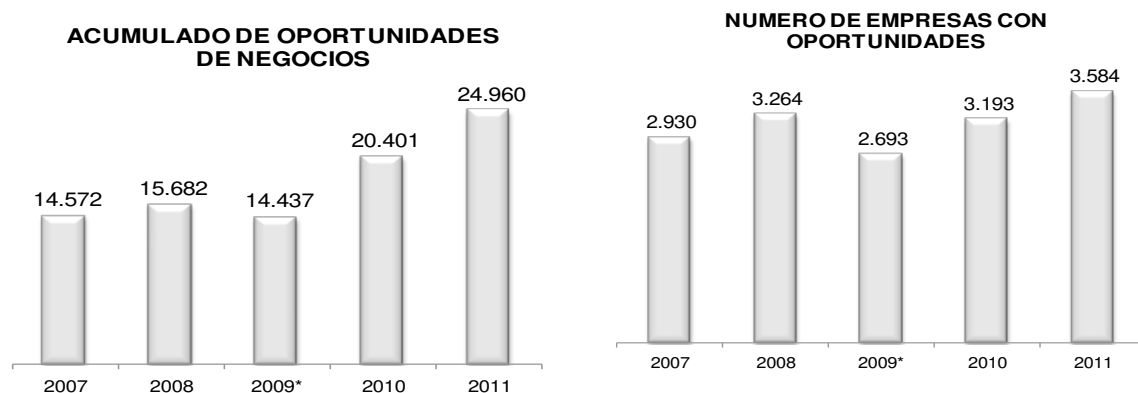
2.1.1.4 Número de empresas

Durante el 2011, los negocios certificados fueron realizados por 1.674 empresas, lo que representa un cumplimiento del 103% de la meta.



Oportunidades de negocios apoyadas por Proexport

En el 2011, Proexport contaba con información sobre 24.980 oportunidades (22% más que el año anterior) de 3.584 empresas (12% más que las se tenían en el 2010).



* cambio de sistema de registro
Fuente: Proexport- CRM

Indicador de permanencia de empresas exportadoras

Con este indicador, Proexport monitorea la permanencia de las empresas exportadoras del año inmediatamente anterior con respecto al 2011. Como se observa en el cuadro siguiente, el indicador fue del 59%, es decir que, de 1.570 empresas que apoyó Proexport con negocios durante el 2010, 924 siguen exportando en el 2011. 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.

INDICADOR PERMANENCIA DE EMPRESAS EXPORTADORAS

SECTOR ²	No empresas con negocios PXP en 2010 (T-1)	Permanecen exportando en 2011 ¹ (T)	Indicador de Permanencia (P)
AGROINDUSTRIA	317	204	64%
MANUFACTURAS	484	319	66%
PRENDAS	617	333	54%
SERVICIOS ³	156	68	44%
Total general	1.570	924	59%

Fuente: DANE - Cálculos Proexport

1 Exportaciones a Noviembre según DANE

2 Se hace salvedad sobre la contabilización de las empresas apoyadas con negocios en 2010 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.

2.1.1.5 Plan de actividades con algunos países de Asia

En Septiembre se incorporó este entregable en el Plan Estratégico con el fin de informar las diferentes actividades que se están realizando en ese continente.

Durante el último trimestre se realizaron las siguientes actividades de promoción exportaciones:

- Japón – IFEX: 19 floricultores colombianos participaron en “IFEX 2011”, la feria del sector más importante de Asia, donde validaron oportunidades de negocios que pueden existir en ese mercado. Las rosas, crisantemos, claveles y lirios fueron los productos más demandados en la feria.
- India – WORLD FOOD: 6 exportadores de confitería, café, snacks, preparaciones alimenticias, harinería y molinería participaron en la feria “World Food” de India.
- Hong Kong – COSMOPORF HONG KONG: 8 empresas de los sectores de cosméticos, dermocosméticos, productos de aseo asistieron en misión exploratoria a la feria.

En promoción de inversión se realizaron tres seminarios los cuales están reportados en la estrategia: Promover a Colombia como destino de Inversión Extranjera, detallada más adelante.

Adicionalmente, se han venido diseñando planes de trabajo con KOIMA (Asociación de importadores de Corea, con quienes se firmó un memorando de entendimiento); CIPA –

Agencia de Promoción de Inversiones del Ministerio de Comercio de China; JETRO – Organización que promueve el comercio internacional e inversiones extranjeras de Japón.

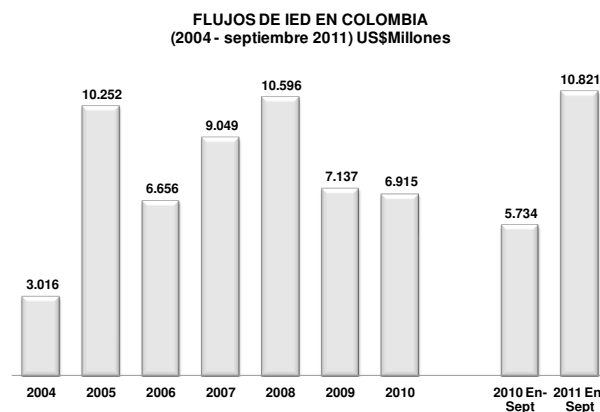
2.1.2 Promover a Colombia como destino de inversión extranjera directa en sectores estratégicos

Por directriz Presidencial, Proexport asumió desde el 2004 la promoción de la Inversión Extranjera Directa. La delegación oficial de estas funciones se hizo mediante el Decreto 4337 del 22 de diciembre de 2004, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Según el Reporte Global de Competitividad 2011-2012 del Foro Económico Mundial², Colombia es el quinto país entre los 142 países que integran el ranking que mayor protección ofrece a los inversionistas. Esta fortaleza se suma al buen ambiente para hacer negocios y al dinámico crecimiento exhibido por la economía en los últimos años.

En el Reporte Doing Business 2012: “Haciendo Negocios en un Mundo más Transparente”, del Banco Mundial, Colombia ascendió en el ranking 5 posiciones al pasar del puesto 47 al 42 en el indicador de “Facilidad para hacer Negocios”, que considera algunos aspectos clave del entorno regulatorio e institucional que son relevantes para las empresas. Según el mismo informe, durante 2011 Colombia se mantuvo como el tercer país más “amigable” para hacer negocios en Latinoamérica, el mayor reformador en la Región, y el primer país latinoamericano en materia de protección a los inversionistas.

El monto de inversión observado en el 2011 (enero-septiembre) es el más alto desde el 2004: mientras que en los doce meses de 2010, la inversión extranjera alcanzó los US\$6.914 millones³, los primeros nueve meses de 2011 reportan un monto de IED de US\$10.821⁴ millones, el cual supera en 89% el monto registrado en el mismo periodo de 2010, de US\$5.734 millones.



Fuente: Balanza de Pagos, Banco de la República

² “The Global Competitiveness Report 2011-2012”, World Economic Forum.

³ Fuente: Banco de la República, Flujos de IED

⁴ Fuente: Estadísticas del Banco de la República, Balanza de Pagos.

Los sectores no tradicionales pasaron de representar el 34% (US\$2,117 millones) entre enero y septiembre de 2010, a 41% (US\$4.503 millones) en el mismo periodo del 2011. Entre las actividades diferentes a Petróleo y Minería, el sector de comercio, restaurantes y hoteles, registra la mayor participación con 14% del total del periodo, seguido por transporte, almacenamiento y comunicaciones con 10% y servicios financieros con 5%.

Durante el 2011, como líderes de la iniciativa de Promoción de inversión en sectores de valor agregado del Plan Sectorial, Proexport cumplió con las metas propuestas, así:

2.1.2.1 Seminarios de Promoción de Inversión

Durante el año 2011, se realizaron 86 seminarios internacionales de promoción de inversión (cumplimiento del 122,8% en países como: Israel, España, Francia, Suiza, Reino Unido, Guatemala, El Salvador, Venezuela, Ecuador, Perú, Australia, Portugal, Corea, Chile, Argentina, Japón, India, Suecia, Singapur, Brasil, Estados Unidos, Canadá, Alemania, Dinamarca, México y Colombia).

Los seminarios incluyen actividades de promoción en el contexto de las visitas Presidenciales y Ministeriales, promoción de las zonas francas colombianas multiusuario (en Venezuela, Ecuador, México, Chile, Argentina y Perú), promoción de oportunidades en las regiones de Colombia (España), promoción de inversión en sectores específicos como hotelería (Alemania, España -Madrid y Barcelona-, México y Chile), IT/BPO (India, Estados Unidos, España, Filipinas y Canadá), fondos de capital (Estados Unidos y Suiza) y seminarios a inversionistas instalados en Colombia para dar a conocer incentivos como los de formalización y primer empleo.

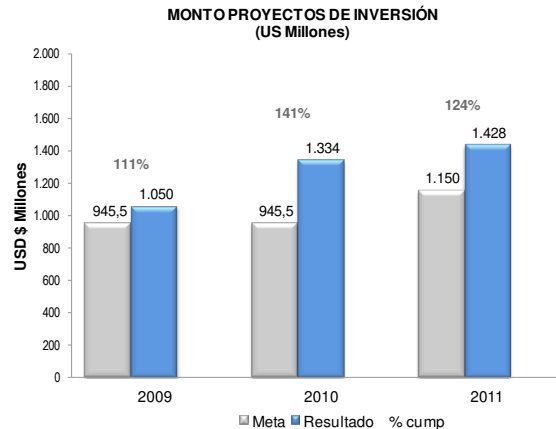
Países donde se realizaron los seminarios de Inversión 2011



2.1.2.2 Monto de proyectos de inversión iniciados

Producto de las diferentes acciones de promoción y el acompañamiento a los inversionistas, en el año 2011 se iniciaron 57 proyectos de inversión con una estimación de inversión, por

parte de los empresarios por un monto de US\$1.428 millones (cumplimiento del 124% de la meta).



Fuente: Proexport

Las inversiones provienen de empresas de: Estados Unidos (15), España (11), Canadá (5), China (3), Reino Unido (4), Venezuela (4), Chile (4), Brasil (3), México (2), India (2), Singapur (1), Belgica (1), Argentina (1) y Guatemala (1).

Los sectores son I+D+i, infraestructura hotelera, BPO, software & TI, alimentos procesados, químico, forestal, textiles y confecciones, materiales de construcción, fondos de capital, bienes y servicios petroleros y mineros, cosméticos y aseo, cereales, infraestructura, farmacéutico, equipos y aparatos, logística, energías renovables y minería.

Vale la pena destacar que Colombia será la sede de uno de los dos centros de innovación global para la investigación y desarrollo de nuevos productos de la empresa estadounidense Kimberly Clark en el mundo, el otro estará en Corea. Otros casos destacados son la inversión de Equity International en Fondo Terranum (hotelería–EEUU), la ampliación de Telemark (España) a una segunda plataforma de BPO en Cali, la instalación del Centro de Desarrollo de Software de Globant (Argentina) en Bogotá, la entrada a Colombia de Stefaninni (software-Brasil) y los nuevos hoteles de Wyndham, CityExpress, e Intercontinental.

2.1.2.3 Empleos estimados en los proyectos de inversión

Los inversionistas estiman que van a generar 21.175 empleos, lo que representa un cumplimiento del 141%.

2.1.3.4 Otras acciones

Sistema de Facilitación para la Atracción de Inversión – SIFAI. Sistema público/privado donde se identifica y centraliza la información de obstáculos a la inversión para posteriormente gestionar su remoción a través de un Comité Técnico mixto de alto nivel,

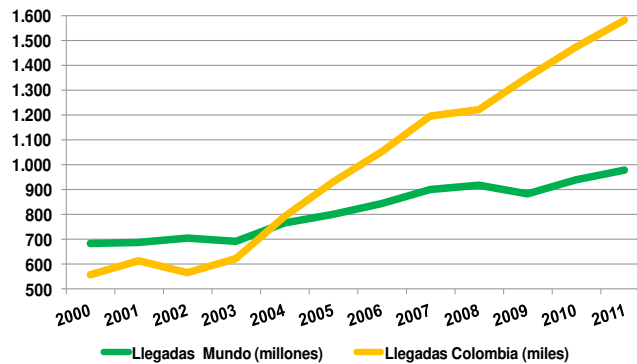
creado en el marco del Sistema Nacional de Competitividad. En el 2011, se reformaron varias de las normas identificadas: la eliminación progresiva del sobrecargo de 20% a los usuarios industriales de energía eléctrica⁵; se disminuyó a 3,5% la tasa de retención en la fuente para servicios de software⁶; se desmontó la tabla de fletes⁷; se crearon los Proyectos Especiales de Desarrollo Agropecuario o Forestal⁸ -como excepción a la restricción de la UAF sobre acceso a la tierra- y se creó la Ventanilla Única Forestal⁹. Igualmente se realiza acompañamiento en el proceso de aplicación de Zonas Francas.

Durante el 2011 se elaboraron los siguientes perfiles: hotelería y turismo, BPO, software, hardware, energía, servicios petroleros, servicios de salud, materiales de construcción, automotriz, cosméticos, biocombustibles, cereales y hortofrutícola.

2.2 HACER DE COLOMBIA UN DESTINO TURÍSTICO DE CLASE MUNDIAL

En el 2011 continua el crecimiento del turismo mundial a una tasa del 4.4% (inferior a la del año anterior) y la tasa de crecimiento para Colombia siguió siendo superior a la del mundo 7,3%, a pesar del comportamiento de algunos países naturales.

Comparativo dinámica de crecimiento llegadas internacionales a Colombia y al mundo, 2000-2011



Fuente: OMT, DAS, Cálculos Proexport

⁵ Ley 1430 de 2010, "Por medio de la cual se dictan normas tributarias de control y para la competitividad"

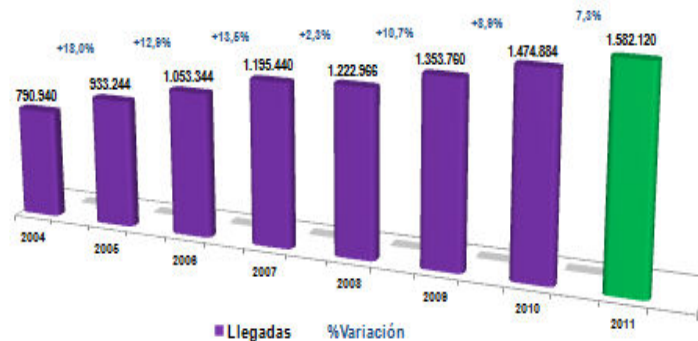
⁶ Decreto 2521 de 2011.

⁷ Decreto 2516 de 2011

⁸ Decreto 4944 de 2011, Por el cual se reglamentan los Proyectos Especiales de Desarrollo Agropecuario o Forestal.

⁹ Decreto 4600 de 2011, Por medio del cual se crea ventanilla única forestal para centralizar los trámites y procedimientos que requiere el ejercicio de la actividad forestal con fines comerciales.

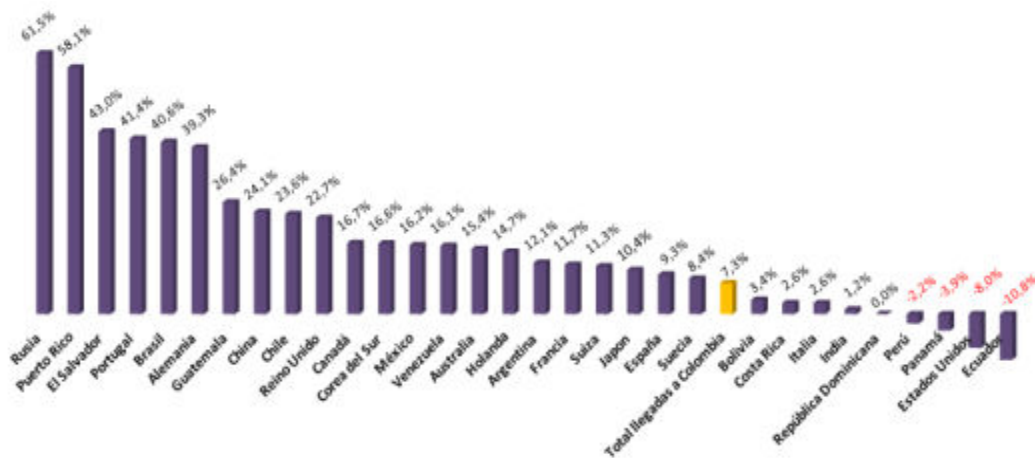
Llegada de Viajeros Internacionales al país



Fuente: DAS, Cálculos Proexport

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

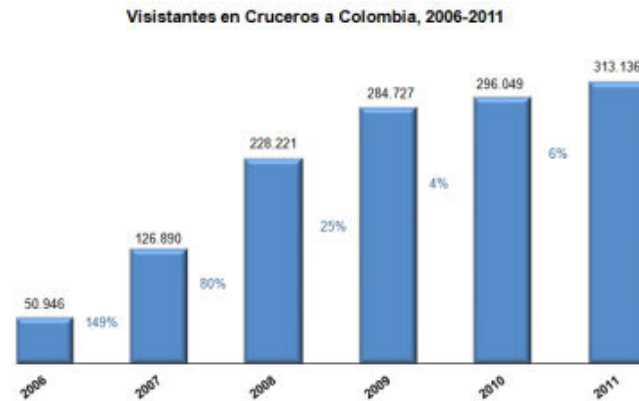
Porcentaje de crecimiento de las llegadas a Colombia de los principales mercados 2011



Fuente: DAS, cálculos Proexport

En noviembre, debido a la ola invernal, al comportamiento observado y a la proximidad de la época de navidad, se implementó un Plan de Choque dirigido a estimular la llegada de viajeros internacionales de los mercados naturales, a través de la promoción de distintos canales, aerolíneas, mayoristas y público final. Con cifras a 31 de diciembre se observa una caída en los viajeros internacionales provenientes de Ecuador (10,8%), Estados Unidos, (8%) y Perú (2.2%).

En cuanto a los visitantes en cruceros, el crecimiento observado fue del 5.9% durante el año 2011.



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

2.2.1 Mejoramiento de la imagen turística y del mercadeo internacional

2.2.1.1 Plan de mercadeo internacional

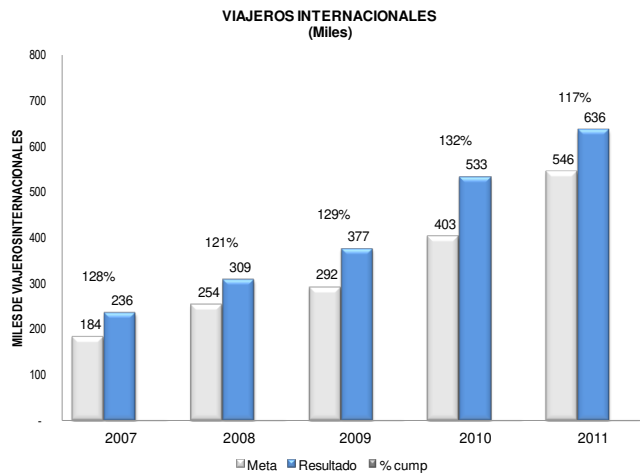
Se presentó el plan y se cumplió el plan que incluye la participación en Ferias, Road Show, Press Trip y acuerdos de promoción con operadores mayoristas entre otros y que se refleja a lo largo del informe

2.2.1.2 Material promocional de Colombia en las embajadas y consulados

Con el fin de tener material promocional en las diferentes embajadas éste fue entregado en las siguientes: Alemania, Argentina, Brasil, Canadá, Curazao, Ecuador, España, Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña, Italia, Panamá, Perú, República Dominicana y Venezuela.

2.2.1.3 Turistas Facilitados

Como resultado de varias de las actividades de promoción como la participación en ferias internacionales, el trabajo conjunto con mayoristas u operadores, realización de viajes de familiarización y capacitación de agentes de viajes en diferentes países que se viene realizando desde hace unos años; 636.104 viajeros internacionales llegaron a Colombia de 21 países por gestión directa de Proexport, de acuerdo con la información entregada por mayoristas y empresarios, lo que representa un cumplimiento del 117% de la meta.



Fuente: Proexport. CRM – NEO

2.2.2 Desarrollo de los productos turísticos preferentes

2.2.2.1 Turismo Náutico

Se presentó el plan de promoción de cruceros en los mercados objetivo, que fue implementado

2.2.2.2 Turismo de Congresos, Eventos e Incentivos (MICE)

En cuanto al tema de turismo de reuniones o MICE, en el Plan Estratégico Sectorial se incluyó una meta de completar 14 eventos, los cuales hacían referencia a 14 Congresos. A continuación se detallan los resultados obtenidos tanto en la captación de este tipo de eventos como de los demás:

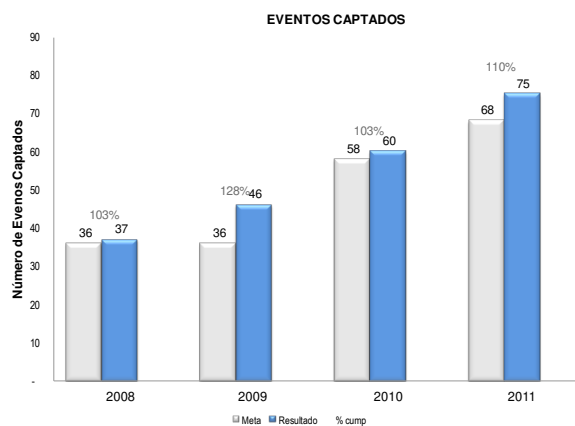
- a. Completar catorce (14) eventos captados. Los empresarios apoyados por Proexport captaron 17 congresos para un cumplimiento del 121% de la meta propuesta en el Plan Sectorial. En estos congresos que se realizarán desde el 2011 hasta el 2014, se espera la participación de cerca de 6.455 personas. Ver cuadro.

Nombre del Evento	No. Participantes	Ciudad de Realización	Año de realización
LACCEI 2011 conference Medellin-Colombia	550	Medellín	2011
V GLOBAL GEM (Global Entrepreneurship Monitor) RESEARCH CONFERENCE	150	Cartagena	2011
53rd Annual Symposium of SPWLA (society of petrophysicists Well Log Analysts)	600	Cartagena	2012
Dialogos Regionales URBSocial 2012	50	Bogotá	2012
tercer Encuentro URBSocial Bogota 2012	300	Bogotá	2012
MEDELLIN CONVENTION & VISITORS BUREAU-IZO Internacional-AIREC Summit	150	Cartagena o Bogotá	2012
Congreso Mundial de Medicina por Ondas de Choque	200	Cartagena	2012
Tercera Cumbre Panamericana de Seguridad Aerea	250	Bogotá	2012
Reunion anual Lufthansa City Center	55	Cartagena	2012
AAPG Intenational Conference and Exhibition (ICE) 2013	2000	Cartagena	2013
XV congreso latinoamericano de rinologia y cirugia facial	400	Bogotá	2013
Seminario Internacional de Pavimentos de Concreto 2013	250	Bogotá	2013
47 IEEE International Carnahan Conference on Security Technology 2013	150	Medellín	2013
Seminario Internacional de archivos de Tradición Ibérica 2013	250	Bogotá	2013
IX Congreso Latinoamericano de Errores Innatos del Metabolismo y Pesquisa Neonatal 2013	No se especifica	Medellín	2013
10º Congreso Panamericano de Medicina Estética 2014	800	Cartagena	2014
VIII Congreso Latinoamericano de Micología 2014	300	Medellín	2014
Total Participantes		6.455	

Fuente: Proexport- CRM - NEO

Vale la pena mencionar que Colombia mejoró en el ranking del International Congress and Convention Association (ICCA) más rápido que países competidores de Latinoamérica; actualmente ocupamos la posición 34 entre 94 países.

- b. Otros eventos captados: También se apoyó a los empresarios para la captación de 58 eventos como incentivos, convenciones y golf, para un total de 75 eventos captados incluidos los congresos.



Fuente: Proexport- CRM

Se avanzó en la pauta en las mejores revistas especializadas de MICE, golf, agencias de viajes y turismo. El alcance total con pauta en revistas en Europa, LATAM y Norte América fue de 18.2 millones de personas.

2.2.3 Acciones

Como se enunció anteriormente, los resultados obtenidos se lograron por la realización de muchas actividades de promoción, mercadeo y comunicaciones. Se incluyen a continuación algunas de ellas:

- Más de 30 ferias internacionales, entre las cuales se destacan ITB y FITUR en la que Proexport ganó el premio al mejor stand.



- Macrorrueda de Negocios Colombia Travel Mart con la participación de 135 empresarios internacionales de 22 países quienes se reunieron con 169 empresarios colombianos que presentaron lo mejor de la oferta de los servicios y destinos turísticos nacionales, generando 1.672 oportunidades de negocios de un total de 2.309 citas.

- Medios y material promocional

- Continúa la estrategia en televisión internacional, con cubrimiento de 19 países latinoamericanos, 42.5 millones de hogares.



- Colombia presente en las revistas de las aerolíneas europeas: Lufthansa - British Airways - Iberia - Air France; de Latinoamérica LAN - TAM - Copa - Santa Bárbara - Avianca, TACA; y de Norte América: American Airlines - Air Canadá.



- “Guía Verde Michelin” para Colombia. Esta publicación estará disponible en inglés francés y español para Estados Unidos, Europa y Australia. La Guía recoge en sus páginas la riqueza cultural, arquitectónica y la amplia variedad de lugares turísticos, incluye mapas e información práctica. Adicionalmente, se editaron: la Guía de Aves (Reino Unido, Estados Unidos, Francia, Canadá, Alemania, Colombia) y Guía Petit Fute (Francia y Canadá).
- Promoción de Colombia a través de Fams y Press Trips: más de 409 profesionales de turismo y 372 periodistas, Free Press por 64 millones de dólares y publicaciones en 16 mercados.

- Información en el portal www.colombia.travel en japonés y chino.



- En el marco del Mundial Sub20, se desarrolló una mini guía de país, videos con Falcao y Oscar Córdoba que estuvieron al aire durante la temporada, así como el desarrollo de minivideos que estuvieron al aire en History Chanel.



2.3 DESARROLLO EMPRESARIAL

2.3.1 Fortalecimiento de las Mipymes

Proexport apoya la estrategia del Viceministerio de Desarrollo, la cual consiste en el fortalecimiento de las Mipymes a través del programa Expopyme. En el 2011 se vincularon 46 empresas (cumplimiento del 92%); 19 empresas de software, 11 de confitería, 13 de prendas de vestir y 3 de cosméticos y aseo.

En el cuarto trimestre se trabajó en la estructuración de un programa de adecuación para las empresas de prendas en la ciudad de Ibagué, donde ya se ha avanzado en el proceso de visita y motivación para la vinculación de las mismas.

2.3.2 Promoción innovadora de exportaciones

Proexport contribuye al desarrollo de capacidades e innovación del proceso de internacionalización de la oferta exportable de las Mipymes colombianas. En el 2011 se incorporaron seminarios en el programa de formación exportadora, y en expopyme.

3. PLAN INDICATIVO

Dentro del nuevo Sistema de Seguimiento a las Metas del Gobierno (SISMEG), Proexport participa en dos de los Programas del Objetivo de “Relevancia Internacional” que hace parte del Pilar “Soportes Transversales de la Prosperidad Democrática” que se encuentran a cargo del MCIT. Los programas son:

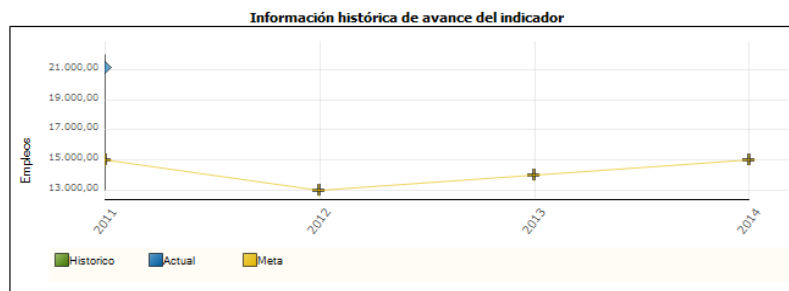
- Promoción de la Inversión
- Facilitación del Comercio

3.1 Promoción de la Inversión

Dentro de este programa, aparecen los indicadores de Proexport en el siguiente orden, “Empleos a ser generados en proyectos con IED apoyados por Proexport y certificados por los inversionistas” y “Monto de proyectos de inversión iniciados por inversionistas atendidos Proexport (US\$ millones)”.

Empleos a ser generados en proyectos con IED apoyados por Proexport y certificados por los inversionistas

Este indicador muestra los empleos que esperan generar los inversionistas atendidos por Proexport con los proyectos de inversión que inician. Para este primer año de medición, se esperaba que estos proyectos reportaran la generación de 15.000 empleos. Los inversionistas informaron que esperan generar 21.175 empleos, lo que significa un 41% adicional de lo proyectado para el año.



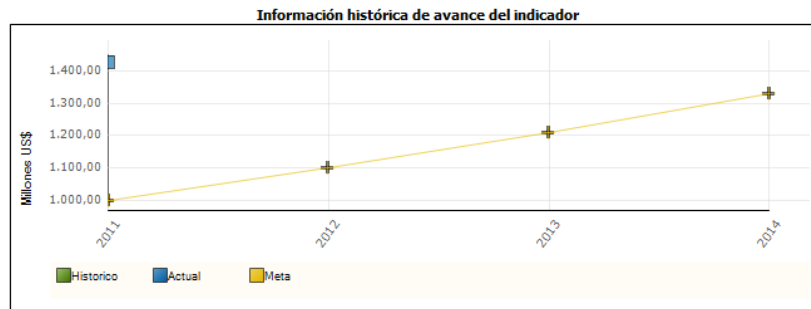
Fuente: SISMEG, portal Sinergia, DNP

Periodo	Meta	Resultado	% Avance
Línea de base 2010-2014	--	7.846,00	--
Ago-Dic 2010	--	6.086,00	--
Ene-Dic 2011	15.000,00	21.175,00	141,17
Ene-Dic 2012	13.000,00	--	--
Ene-Dic 2013	14.000,00	--	--
Ene-Ago 2014	--	--	--
Ene-Dic 2014	15.000,00	--	--
2010-2014	57.000,00	27.261,00	47,83

Fuente: SISMEG, portal Sinergia, DNP

Monto de proyectos de inversión iniciados por inversionistas atendidos Proexport (US\$ millones)

Este indicador muestra el valor total de los proyectos de inversión iniciados e informados por los inversionistas a Proexport durante el año. La meta establecida para el 2011 era de 1.000 millones de dólares, a 31 de diciembre Proexport el resultado es de 1.427,8 millones de dólares, lo cual significa un cumplimiento del 143% del total de la meta anual. Referente a la meta establecida para el cuatrienio, hay un avance de 49,8% con un monto total desde agosto de 2010 de 2.311,7 millones de dólares.



Fuente: SISMEG, portal Sinergia, DNP

Periodo	Meta	Resultado	% Avance
Línea de base 2010-2014	--	1.334,00	--
Ago-Dic 2010	--	883,90	--
Ene-Dic 2011	1.000,00	1.427,81	142,78
Ene-Dic 2012	1.100,00	--	--
Ene-Dic 2013	1.210,00	--	--
Ene-Ago 2014	--	--	--
Ene-Dic 2014	1.330,00	--	--
2010-2014	4.640,00	2.311,71	49,82

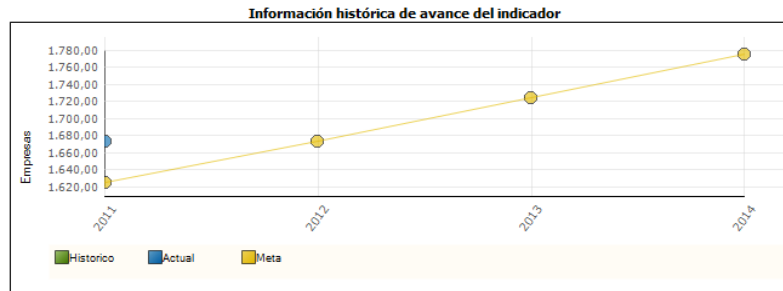
Fuente: SISMEG, portal Sinergia, DNP

3.2 Facilitación del Comercio

En este Programa, Proexport participa con dos indicadores, “Empresas con negocios de exportaciones facilitados por Proexport” y “Monto de negocios de exportaciones facilitados por Proexport (US\$ millones)”.

Empresas con negocios de exportaciones facilitados por Proexport

El indicador de Empresas con negocios cuantifica el número de empresas que por gestión de Proexport han realizado negocios en un tiempo determinado. Para el año 2011 la meta fue de 1.625 empresas con negocios y los resultados a 31 de diciembre fueron de 1.674 empresas, lo que significa un cumplimiento del 103%. En cuanto a la meta de cuatrienio, se espera que entre el 2010-2014 sean atendidas 1.776 empresas para 2014, lo que implica que el indicador está al 94% de lo previsto para el final de cuatrienio.



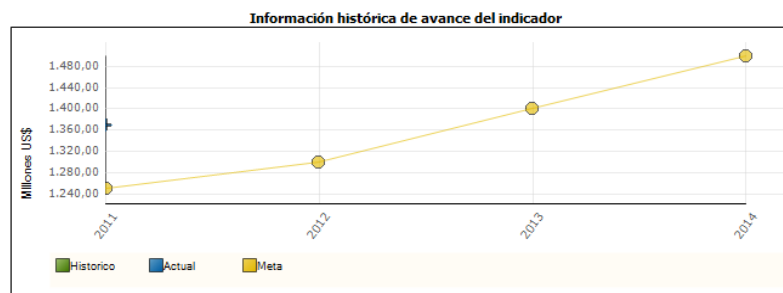
Fuente: SISMEG, portal Sinergia, DNP

Periodo	Meta	Resultado	% Avance
Línea de base 2010-2014	--	1.570,00	--
Ago-Dic 2010	--	964,00	--
Ene-Dic 2011	1.625,00	1.674,00	103,02
Ene-Dic 2012	1.674,00	--	--
Ene-Dic 2013	1.724,00	--	--
Ene-Ago 2014	--	--	--
Ene-Dic 2014	1.776,00	--	--
2010-2014	6.799,00	2.638,00	38,80

Fuente: SISMEG, portal Sinergia, DNP

Monto de negocios de exportaciones facilitados por Proexport (US\$ millones)

Para el año 2011 la meta fue de 1.250 millones de dólares. A 31 de diciembre se facilitaron negocios por valor de 1.369,05 millones de dólares, lo que significa un cumplimiento del 109,5% de la meta del 2011. En cuanto a la meta de cuatrienio de 5.450 millones de dólares se logró un avance del 34,9% con un resultado a diciembre de 2011 de 1.906,05 millones de dólares.



Fuente: SISMEG, portal Sinergia, DNP

Periodo	Meta	Resultado	% Avance
Línea de base 2010-2014	--	1.140,00	--
Ago-Dic 2010	--	537,00	--
Ene-Dic 2011	1.250,00	1.369,05	109,52
Ene-Dic 2012	1.300,00	--	--
Ene-Dic 2013	1.400,00	--	--
Ene-Ago 2014	--	--	--
Ene-Dic 2014	1.500,00	--	--
2010-2014	5.450,00	1.906,05	34,97

Fuente: SISMEG, portal Sinergia, DNP

4. OTROS LOGROS

4.1 Actividades para el aprovechamiento de acuerdos

4.1.1 TLC USA

4.1.1.1 Generación de contenidos

Entre los meses Octubre y Diciembre, 2011 se actualizaron los siguientes documentos para ser entregados a los empresarios colombianos:

- Perfil USA-Inversión, Exportaciones y Turismo
- Guía comercial de Estados Unidos
- Cartilla de prendas de vestir
- Análisis de oportunidades TLC-USA
- Documento de oportunidades USA
- Perfil logística
- Perfiles canales de distribución para misión exploratoria Houston

4.1.1.2 Divulgación

A través de la estrategia de divulgación uno a uno, se remitió información de oportunidades de acuerdo con los sectores de los empresarios y se inició la divulgación de información y actividades a través de la página web.

4.1.1.3 Misiones Exploratorias

Se realizaron 3 misiones: una de PYME's de agroindustria a Houston; de empresarios de software a Silicon Valley; y de clínicas colombianas al Texas Medical Center.

4.1.1.4 Promoción

Además de las actividades como seminarios de promoción de inversión y ruedas de negocios, es de destacar la misión empresarios de Estados Unidos y Puerto Rico a Colombia realizada el 1 y 2 de Diciembre y denominada "Discover Colombia" en la que participaron 130 empresarios de Estados Unidos y Puerto Rico (30 de manufacturas, 38 de agroindustria y 62 de prendas de vestir) visitando 89 empresas exportadoras (19 de manufacturas, 34 de agroindustria, 36 de prendas de vestir) en diferentes regiones del país (Bogotá, Santander, Triángulo del Café, Tolima, Valle del Cauca, Antioquia, Atlántico, Magdalena y Bolívar) para conocer directamente la oferta colombiana.

En la misión también participaron 36 mayoristas de turismo vacacional y corporativo, quienes asistieron en Bogotá, a una presentación sobre los destinos y productos turísticos, las ventajas que tiene el país, la infraestructura para eventos y convenciones, la conectividad aérea y la oferta hotelera.

Esta visita de empresarios de inversión, exportaciones y turismo fue difundida en medios, algunos de los cuales fueron:

<http://www.dinero.com/negocios/articulo/empresarios-eeuu-aseguran-colombia-ideal-para-hacer-negocios/141221>

http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/E/empresario_de_estados_unidos_y_colombia_exploraran_oportunidades_de_negocios/empresario_de_estados_unidos_y_colombia_exploraran_oportunidades_de_negocios.asp

<http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/tlc-con-eeuu-comienza-explorar-negocios-en-cali-0>

4.1.2 TLC Canadá

Se incrementaron las actividades para motivar a los empresarios a: aprovechar las oportunidades de exportación, a tener a Colombia en el radar de los inversionistas y a los operadores turísticos internacionales para incluir a Colombia en sus brochures. Solo como ejemplo, se incluyen las actividades que se realizaron de forma paralela durante el 27 y 28 de Octubre en Toronto:

- Macrorueda de negocios: en la que participaron 156 exportadores y 209 compradores canadienses se desarrollaron las 2.237 citas de negocios Participaron empresas de agroindustria, prendas y manufacturas. Muchos de los compradores que conocieron por primera vez la oferta colombiana manifestaron su interés en continuar los diálogos para realizar compras.
- Exhibición de flores colombianas en los supermercados canadienses: los canadienses disfrutaron de la posibilidad de adquirir bouquets de flores colombianas en promoción dos por uno en 40 tiendas de la cadena de supermercados Loblaws, una de las más importantes de Canadá, con el fin de promover las exportaciones colombianas a ese país y dar a conocer información detallada sobre la industria floricultora de Colombia y las ventajas que ofrece el Tratado de Libre Comercio entre los dos países.
- Misión exploratoria: de 18 empresas pequeñas y medianas de empresas de prendas, calzado, alimentos procesados, alimentos frescos, ingredientes naturales para industria cosmética y muebles de oficina. Tuvieron asesoría de consultores expertos del mercado y sectoriales, se les dio a conocer estrategias sobre cómo hacer negocios, tendencias, practicas del mercado, formas de pagos, mejores prácticas para crecer e hicieron visitas a los canales de comercialización para conocer su funcionamiento.
- Seminario de promoción de Colombia potencial destino de inversión: Más de 200 potenciales inversionistas participaron en el seminario de promoción de inversión realizado en Toronto el 27 de Octubre.
- Seminario de promoción de Colombia como potencial destino de turismo vacacional y corporativo en el que participaron 80 operadores turísticos.
- Misión de 15 empresarios de animación y videojuegos de cuatro días a Toronto y Montreal, que incluyó la visita a diferentes empresas reconocidas del sector, universidades y festivales.

- Se desarrolló el Manual Práctico de Normas de Origen, para aumentar la información sobre el mercado canadiense y se culminaron los estudios de mercado de los sectores de ingredientes naturales, alimenticios, confecciones (uniformes) y empaques, considerados con potencial en el mercado canadiense.

4.2 Otros temas

- Se continúa con Programa de Formación Exportadora para empresarios de bienes, servicios y turismo que se desarrolla a través de los Zeikys en las 22 ciudades. En el 2011 se realizaron 915 seminarios (22% más que en el 2010) con 3.646 personas graduadas (personas que participan en más de cuatro seminarios).
- Se continuó con la estrategia de buscar recursos de cooperación. En el 2011 se lograron \$5.682 millones de recursos apalancados beneficiando a 2.310 empresas, en actividades como:
 - Seminarios de Obstáculos Técnicos al Comercio
 - Programa Analdex AI - Invest
 - Programa Asistencia Técnica Especializada
 - Programa EFTA
 - Programa TFO Canadá – Prendas de Vestir
 - Programas de Potencializar la oferta exportable
 - Programa de Promoción de Exportaciones de CBI
 - Programa de Animación Digital
- Con el fin de conocer y aprovechar oportunidades, en especial de las economías que presentan altas tasas de crecimiento y perspectivas favorables, se incrementó la presencia de Proexport en Asia, continente donde, además de las oficinas en India, la de China que fue reforzada hoy se cuenta con oficinas en funcionamiento en Corea, Japón, Singapur y en Turquía bajo un esquema de trabajo conjunto con Prochile y muy pronto en Hong- Kong.
- Se lograron 66.444 millones de pesos de free press y 4.199 notas por parte de P.Rs.

5. RETOS 2012

Proexport continuará realizando la promoción internacional del país que le permita contribuir al logro de la metas en exportaciones, inversión extranjera directa y turismo, 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 directas:

- Continuar con la estrategia de aprovechamiento de acuerdos con especial énfasis en USA, diversificación de mercados e innovación de productos, para generar oportunidades de negocios para que 1.674 empresas colombianas concreten negocios por un valor estimado de US\$1.500 millones en exportaciones de bienes y servicios. Para ello se tiene previsto la realización de 142 eventos en el exterior; 42 eventos en Colombia.
- Continuar con la promoción de Colombia como destino de inversión extranjera directa en sectores estratégicos (incluido I+D+i y PTP), y como plataforma para el aprovechamiento de acuerdos que permitan generar oportunidades para que inversionistas extranjeros inicien proyectos de inversión en Colombia por un monto de US\$1.250 millones con una generación de 16.000 empleos durante el tiempo de su ejecución. Para ello se tiene previsto la realización de 112 eventos (incluidos 70 seminarios de promoción) y el acompañamiento al inversionista.
- Continuar con la promoción de Colombia como destino de turismo vacacional y de Reuniones para generar oportunidades para que 631.776 viajeros internacionales de 21 mercados visiten Colombia como resultado de la gestión realizada y que los empresarios logren captar 88 eventos por medio de la promoción conjunta con 300 operadores internacionales, 40 viajes de familiarización de 16 mercados, publicaciones en medios internacionales en 20 mercados y más de 250 presentaciones de Colombia.
- Continuar las alianzas que permiten el intercambio de conocimientos y experiencias, la promoción conjunta para acercamiento a terceros mercados entre otros, sinergias y mayor alcance