



INFORME DE GESTIÓN 2013

Bogotá, Enero 2014

contenido

10. PROEXPORT	1
<u> </u> Introducción	1
10.1 LOGROS 2013	4
10.2 PLANEACION ESTRATEGICA SECTORIAL	4
10.2.1 INTERNACIONALIZACION DE LA ECONOMÍA	5
10.2.1.1 Promover a Colombia como país proveedor de bienes y servicios en los mercados internacionales y como destino de la Inversión Extranjera Directa en sectores estratégicos	5
a. Seminarios de divulgación de oportunidades de exportaciones.	10
b. Evento conmemoración entrada en vigencia TLCs (Estados Unidos, Suiza y Canadá), acumulados	11
c. Monto de negocios de exportación realizados por los empresarios	11
d. Número de empresas con negocios.	12
10.2.1.2 Promover a Colombia como destino de inversión extranjera directa (IED) en sectores estratégicos	14
a. Seminarios de promoción de Colombia como destino de inversión	15
b. Monto de los proyectos de Inversión iniciados por Inversionistas extranjeros	16
c. Empleos estimados en los proyectos de inversión	17
d. Búsqueda de potenciales inversionistas en hotelería en el Archipiélago de San Andrés	17
e. Inversión de colombianos en el exterior	17
10.2.2 TURISMO DE CLASE MUNDIAL	19
10.2.2.1 Viajeros Internacionales	21
10.2.2.2. Captar atracciones y eventos de talla mundial	21
a. Captar grandes eventos:	21
b. Atracciones de talla mundial.	21
10.2.2.3. Conectar el mundo con nuestros destinos	22
Conectividad marítima	22

10.2.2.4 Fortalecer la competitividad regional	22
Captar 106 eventos (incluye congresos, viajes de incentivo, grupos de golf y reuniones en Colombia).	22
10.2.2.4 Innovar en la Promoción	23
Promoción y mercadeo internacional	23
a. Campaña: “Colombia es Realismo Mágico”	23
b. Plan de promoción internacional	24
c. Apoyar a Proimágenes para la promoción de Colombia como destino turístico para la realización de películas (Fondo Fílmico – Ley 1556 de 2012).	28
10.2.3 DESARROLLO EMPRESARIAL	29
a. 50 empresas atendidas por Proexport que han hecho parte del Programa Compre Colombiano	29
b. 400 Mipymes capacitadas en el proceso de exportación	29
c. 150 Mipymes participantes en programa y/o seminarios de adecuación de oferta exportable	30
10.3 OTROS LOGROS	30
10.4 RETOS 2014	32

10. PROEXPORT

Introducción

La economía mundial tuvo durante el 2013 una transición positiva mostrando una recuperación gradual. Y en ello se pueden identificar tres factores: el primero es la relativa estabilización económica que han alcanzado los países en desarrollo tras un periodo de intensa crisis; segundo, los mercados emergentes y países en vías de desarrollo han retornado a la senda de la expansión económica. Por último, los mercados financieros han observado una re-aceleración en sus actividades, al tiempo que los riesgos para la estabilidad financiera se han atenuado.

En medio de este panorama Colombia sigue brillando como una opción de mercado para hacer negocios con el mundo. En 2013 culmina como la cuarta economía en América Latina y uno de los países con mayor estabilidad económica en la región. Se espera que al igual que en 2012, la economía colombiana alcance un crecimiento superior al del promedio de América Latina y el Caribe, cercano al 4%.

En el año que terminó, Colombia recibió la invitación para ingresar a la Organización de Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), lo que representa una oportunidad para recibir de una entidad transnacional orientación en políticas públicas y senderos por los cuales andar. La participación en la OCDE contribuye a mejoras en la educación, la industria, el mercado laboral y la salud entre otras áreas. Para destacar, Colombia fue el primer país que la OCDE decide invitar desde el año 2007, y además es el país que menos tiempo ha tomado en entrar a esta organización, con solo dos años y medio.

Según el Doing Business 2014, Colombia se mantiene como el referente en América Latina por las reformas implementadas para facilitar los negocios: desde 2005, el país ha implementado 27 reformas. De igual manera, el buen desempeño del país se ha revalidado en diferentes escenarios internacionales. Las tres calificadoras de riesgo más importantes (S&P, Fitch y Moody's) le mantiene el grado de inversión.

Y los efectos son evidentes, Colombia ha logrado duplicar su PIB per cápita en el curso de una década, pasando de US\$5.826 en 2000 a US\$10.350 en 2012.

La inversión extranjera directa se convierte en el mejor termómetro del interés de los empresarios sobre las perspectivas del país. Este indicador de la economía y uno de los ejes de negocios de Proexport refleja confianza en los logros de la política económica. Un detalle interesante en cuanto a la inversión foránea es que está llegando a todos los sectores según lo muestran los datos de la balanza de pagos Banco de la República, como se podrá ver en este informe.

En exportaciones totales, a noviembre las cifras del país alcanzaron los US\$53.540 millones. Este monto es un 3,0% inferior al observado en el mismo periodo de 2012 cuando registró US\$55.174 millones, este comportamiento se debe a la caída de las exportaciones mineras, y el segmento de

las no minero energéticas es estable con cifras superiores a los 14 mil millones de dólares desde el 2007.

Uno de los mayores desafíos del Gobierno en materia comercial es el aprovechamiento de los acuerdos vigentes, y para esto ha sido fundamental la tarea que lleva a cabo Proexport en la identificación de la oferta exportable y la potencialidad productiva de cada región así como las tendencias de consumo y los productos con mayor demanda a nivel internacional.

En 2013, el país empezó a recoger algunos de los resultados de las iniciativas empresariales y las acciones de promoción implementadas con la entrada en vigencia del TLC con Estados Unidos y de manera simultánea le apostó a los nuevos retos planteados por el Acuerdo Comercial con la Unión Europea. La identificación de nuevas empresas y nuevos productos en los mercados con acuerdo comercial vigente con Colombia evidencia un nuevo camino en la diversificación de mercados para las empresas nacionales y un aprovechamiento del país como plataforma de exportaciones para inversionistas instalados.

En cuanto a turismo. El 2013 cerró con un total de 1.087 millones de viajeros internacionales, un cinco por ciento más que en 2012 de acuerdo con los reportes de la Organización Mundial del Turismo (OMT), que prevé un crecimiento de entre el 4 y el 4,5 por ciento para este año.

Europa se mantuvo como la región con mayor número de visitantes (563 millones) debido a la tendencia de los europeos a viajar cerca de sus países, seguido de Asia-Pacífico (248 millones), América (169 millones), África (56 millones) y Oriente Medio (52 millones).

Alianza del Pacífico, el puente entre Latinoamérica y Asia

La Alianza del Pacífico, una iniciativa de los gobiernos que tuvo en el año 2013 un dinamismo importante frente a los diversos mercados internacionales. El grupo formado por Colombia, Chile, Perú y México reúnen el 40% del PIB de Latinoamérica y se estima que si se sumara toda su producción y se contara como un solo país, serían la sexta economía del planeta.

Para sacar un provecho real de este nuevo bloque económico, Proexport trabajó en la promoción conjunta desarrollando una intensa agenda que tuvo entre otras actividades un el Encuentro Empresarial, y una macrorrueda de negocios realizados en Colombia.

Proexport, promotor de la internacionalización del país

Como organismo de promoción de las exportaciones no minero energéticas, la inversión extranjera directa y el turismo internacional, la gestión de Proexport en 2013 estuvo 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 en sus diferentes componentes: internacionalización de la economía, desarrollo empresarial, Colombia como destino turístico de clase mundial.

Consciente de la importancia que tiene la inversión extranjera directa en los sectores que hacen parte del Programa de Transformación Productiva, en innovación, productividad, fondos de capital, desarrollo de oferta exportadora y turismo, Proexport organizó 122 seminarios de promoción en 26 países y 15 en Colombia para un total de 137. Resultado de la promoción y atención personalizada a los inversionistas, se recibió información sobre el inicio de 73 proyectos de inversión por un monto US\$2.2391 millones desde 20 países que esperan generar 26.232 empleos.

En materia de exportaciones, Proexport continuó con las estrategias de aprovechamiento de acuerdos comerciales, en especial el Tratado de Libre Comercio de Estados Unidos, principal socio comercial de Colombia y Unión Europea que entró en vigencia y de diversificación de mercados y productos de las empresas. Más de 380 actividades realizadas en 2013, seminarios de divulgación de oportunidades, misiones exploratorias, ferias internacionales, misiones de compradores, ruedas y macrorruedas permitieron que 1.923 empresas colombianas reportaran negocios de exportación por US\$1.977 millones.

En la promoción internacional del turismo, Proexport lanzó la campaña de promoción internacional. “- Colombia, realismo mágico- es el nuevo eslogan para la promoción del turismo en el exterior, concebida para despertar el interés de los turistas extranjeros que procuran vivencias “diferentes”, “mágicas”, “únicas” y “sorprendentes”, y construida sobre la estrategia de dar una respuesta, y la respuesta es Colombia”. Se continuó con los planes de promoción conjunta con mayoristas y operadores turísticos internacionales, la gestión comercial en los mercados naturales, capacitaciones de Colombia como destino turístico, participación en ferias, divulgación del país con los representantes de las líneas de cruceros y agentes turísticos. Estas acciones dieron como resultado que 1’149.687 viajeros internacionales visitaran el país para disfrutar de los diferentes destinos y productos.

Así mismo, en turismo de reuniones, la labor de Proexport en actividades de promoción y acompañamiento a las distintas asociaciones permitió la captación de 32 Congresos, 34 convenciones corporativas, 51 viajes de incentivos y 2 eventos de golf, que se llevarán a cabo en Colombia en los próximos años.

Una de las estrategias transversales a los ejes de negocio sobre las cuales se fundamentó el trabajo en 2013 fue la regionalización, una oportunidad de integración con los entes locales y la articulación oportuna y de primera mano de todos los servicios e información para cada departamento.

Estas metas, el trabajo regional y la divulgación de oportunidades no habrían sido posibles sin el aprovechamiento de las sinergias nacionales e internacionales con otras agencias de promoción y aliados estratégicos.

Finalmente, según el ranking 2013 publicado por Great Place to Work Institute, Proexport se ubica como la quinta mejor empresa para trabajar en Colombia con más de 500 empleados y como la primera del sector público, lo que sin duda nos genera mayores retos para continuar en 2014 contribuyendo a la comunidad empresarial en Colombia y buscando cada vez más oportunidades de negocio para Colombia.

10.1 LOGROS 2013

- 73 proyectos de inversión fueron iniciados en 15 departamentos con un valor estimado de US\$2.391 millones y proyección de generar 26.232 empleos de acuerdo con la información entregada por inversionistas de 20 países.
- 137 seminarios de promoción de Colombia como destino de inversión extranjera directa, fueron realizados en 26 países y en Colombia.
- 1.923 empresas colombianas de 21 departamentos informaron a Proexport la realización de negocios de exportaciones por US\$1.977 millones con 4.077 compradores de 107 países.
- 1.149.687 viajeros internacionales de 28 países arribaron a Colombia como resultado de la gestión de Proexport, de acuerdo con la información de 200 mayoristas y empresarios de turismo.
- 119 eventos captados (entre los cuales 32 son congresos) informaron los diferentes empresarios de turismo de reuniones quienes estiman una participación de 27.427 personas.
- 100% de cubrimiento nacional con los seminarios de divulgación de oportunidades comerciales que ofrecen los diferentes mercados en especial con los que tenemos vigentes tratados y con los seminarios de capacitación del Programa de Formación Exportadora. Más de 1.400 seminarios en 60 ciudades realizados con la asistencia de más de 40.000 personas (de forma presencial, por videoconferencia y streaming)
- Proexport ocupó el lugar número 5 entre las mejores empresas para trabajar en Colombia con más de 500 empleados y es la primera empresa del sector público ubicada entre los 10 primeros lugares del ranking publicado por Great Place to Work Colombia. En el 2012, estaba en el puesto 15.
- Proexport, fue reconocida en los “fDi’s IPA Innovation Awards 2013” del Financial Times en la categoría “Policy Advocacy”, por su contribución en el mejoramiento del clima de inversión en el país.
- South American Hotel and Tourism Investment Conference (SAHIC) otorgó el reconocimiento "Contribución a la hospitalidad" a la labor de Proexport para la atracción de inversión hotelera.

10.2 PLANEACION ESTRATEGICA SECTORIAL

A principios de 2011 y como resultado del ejercicio de construcción colectiva e incluyente, el Sector Comercio, Industria y Turismo definió su Plan Estratégico Sectorial 2011-2014-PES, acorde con el Plan de Gobierno del Presidente Santos y el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014 “Prosperidad para Todos”. Los ejes identificados fueron:

- Internacionalización de la Economía
- Desarrollo Empresarial
- Colombia destino Turístico de Clase Mundial

Proexport como ejecutor de las políticas y encargado de la promoción de Colombia en los temas de su misión, participa en las estrategias del Ministerio.

10.2.1 INTERNACIONALIZACION DE LA ECONOMÍA

De acuerdo con el PES 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 en otras.

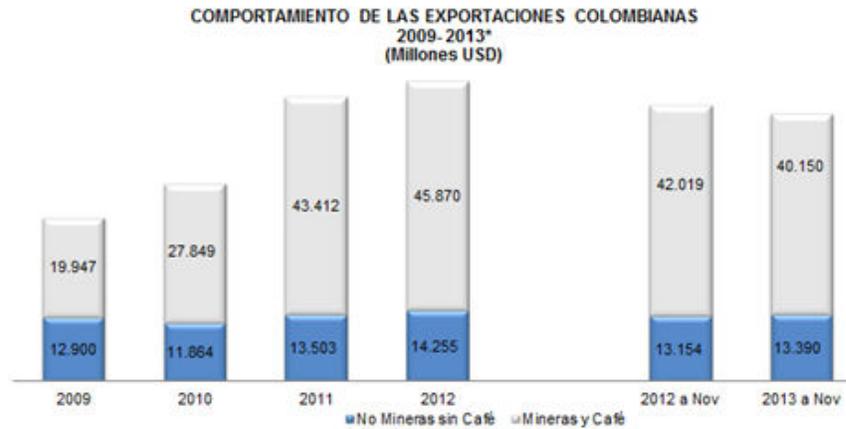
10.2.1.1 Promover a Colombia como país proveedor de bienes y servicios en los mercados internacionales y como destino de la Inversión Extranjera Directa en sectores estratégicos

Proexport como promotor de las exportaciones de bienes (no minero-energéticos) y servicios en los mercados internacionales de acuerdo con la demanda, hace seguimiento a los resultados obtenidos por los empresarios que han participado en las diferentes actividades organizadas y mediciones a partir de la información suministrada por ellos, cifras que también aparecen en Sinergia y el PES. Como complemento, se presenta un análisis de las cifras país, referente permanente para la labor.

Las exportaciones colombianas han presentado una dinámica creciente en los diferentes años, a excepción del 2009 cuando el monto de las mismas cayó un 13% con respecto al año anterior. Durante los últimos 5 años (2008 – 2012) las exportaciones totales han registrado un crecimiento compuesto anual del 16,3%.

En los once primeros meses de 2013, las exportaciones totales alcanzaron los US\$53.540 millones. Este monto es un 3% inferior al observado en el mismo periodo de 2012 (US\$55.174 millones), comportamiento explicado por la caída de las exportaciones mineras.

Las exportaciones no mineras sin café, crecieron en el período enero – octubre de 2013 un 1,8% frente a la cifra para igual período del año anterior, debido principalmente a las mayores ventas de los sectores vehículos y otros medios de transporte (54,7%), químico (14,6%) y pecuario (28,7%) aportando 8 puntos porcentuales a la variación. Otros sectores destacados con contribución positiva son flores y plantas vivas (4,7%), instrumentos y aparatos (18,1%) y cuero y sus manufacturas (17%).

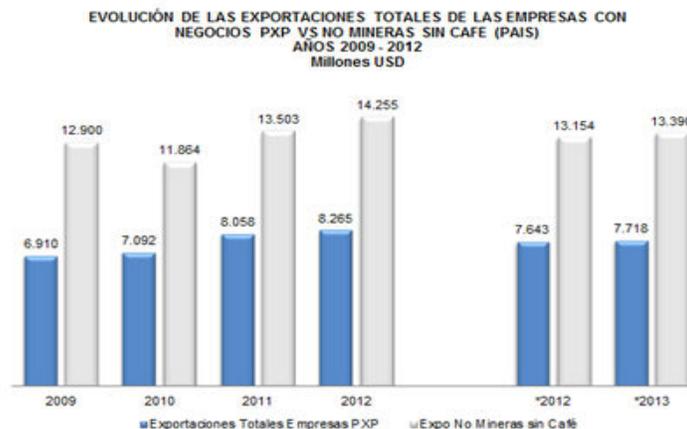


Fuente: DANE, MinCIT, clasificación Proexport
*Enero - Noviembre

En cuanto a destinos se refiere, las exportaciones de productos no mineros sin café a noviembre del 2013, se dirigieron, en orden de participación, a los países de la Comunidad Andina (21,2%), Estados Unidos (18,1%), Venezuela (12,6%), países de la Unión Europea (9,1%), Brasil (6,8%), México (5,3%), Chile (3,2%) y otros (23,3%).

Los destinos con mayores crecimientos de las exportaciones no mineras, en valores absolutos, fueron en orden: Argentina (133,7%), Brasil (26,6%), Bélgica (26,2%), China (15,2), México (4,6%) e Irak.

Con respecto a las exportaciones no mineras sin café, éstas han crecido entre el 2009 y el 2012 a una tasa compuesta del 3,4%, mientras que las exportaciones de las empresas que han reportado negocios a Proexport en este mismo período, según cruce realizado con las cifras del DANE, lo hicieron a una tasa compuesta del 6,2%. Estas empresas entre enero y noviembre del 2013 exportaron (según cruce con DANE) US\$7.718 millones frente US\$7.643 millones durante el mismo periodo del año anterior, como se puede observar en la gráfica siguiente:



Fuente: DANE, Cálculos Proexport.

* Cifras de exportaciones DANE a Noviembre 2012 y 2013

La participación de las exportaciones totales de las empresas apoyadas por Proexport como porcentaje de las exportaciones no mineras sin café, se ha incrementado durante el período 2009-2012, al pasar del 54% en 2009 al 58% en 2012. Ver gráfica a continuación,



Fuente: DANE, Cálculos Proexport.

* Cifras de exportaciones DANE a Noviembre 2012 y 2013

Comparando el porcentaje a noviembre de 2013 con respecto a igual período del año 2012, la proporción de las no mineras sin café se mantiene en 40% incrementándose un punto porcentual.

La siguiente es la composición de la base de empresas exportadoras de bienes no mineros sin café de acuerdo con los datos del DANE a noviembre de 2013,



Fuente: DANE, cálculos Proexport

De enero a noviembre de 2013 comparado con el mismo período del 2012, se presentó un aumento en el número total de empresas exportadoras no mineras sin café, pasando de 9.031 a 9.323 respectivamente, lo que representa un incremento de 292 empresas (3%).

A noviembre de 2013, las 244 empresas que exportan más de US\$10 millones, aportan el 71% de las exportaciones de productos no mineros sin café, (US\$9.554 millones), mientras que 6.029 empresas exportan menos de US\$100 mil y aportan solo el 1% (US\$128 millones) del total exportado.

Comparando la pirámide en cada rango con respecto al del año anterior, en el rango más bajo de exportaciones (menos de US\$100 mil) el número de empresas aumenta en 263, así como en los rangos de US\$100 mil a USD500 mil, +9 empresas; de US\$500 mil a US\$1 millón, +23 empresas; de US\$5 millones a US\$10 millones, +17 empresas y más de US\$ 10 millones, +1 empresa.

Para los rangos de exportación entre US\$1 millón y US\$3 millones, bajan 22 empresas y en el siguiente rango de US\$3 millones a US\$5 millones, disminuye 7 empresas. En resumen, se observa que disminuye el número de empresas exportando en 29 empresas en el rango de US\$1 millón a 5 millones y aumenta en 321 empresas, para los demás; para un incremento de 292 empresas en total.

Cruce cifras DANE con oportunidades empresas Proexport

Proexport hizo seguimiento a oportunidades de negocios reportadas por 2.249 empresas, de las cuales el 80% 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 totales (según DANE) de las empresas apoyadas con oportunidades ¹ Enero-Noviembre 2013	Negocios de exportaciones con apoyo Proexport ² Enero - diciembre 2013
X < 100 Mil	1.187	53%	53%	10.137.618	40.785.747
100 mil ≤ X < 500 Mil	422	19%	72%	67.700.350	89.019.414
500 Mil ≤ X < 1 Millón	134	6%	78%	70.451.082	59.578.663
1 Millón ≤ X < 3 Millones	233	10%	88%	348.124.591	243.538.350
3 Millones ≤ X < 5 Millones	75	3%	91%	244.544.242	98.012.356
5 Millones ≤ X < 10 Millones	87	4%	95%	528.887.264	252.736.495
X ≥ 10 Millones	111	5%	100%	4.930.713.297	1.193.827.731
Total General	2.249	100%		6.200.558.443	1.977.498.755

Fuente: DANE - Cálculos Proexport

1. Exportaciones totales (no mineras sin café) de las empresas que cuentan con oportunidades apoyadas por Proexport durante el 2013.

2. De acuerdo con la información entregada por las empresas atendidas por Proexport, cifras a 31 de diciembre 2013.

Nota: No hay registro de exportaciones según DANE para las empresas exportadoras de servicios y/o las que exportan a través de una SIA, por lo que estas empresas se clasificaron en los rangos según el valor reportado con negocios a Proexport.

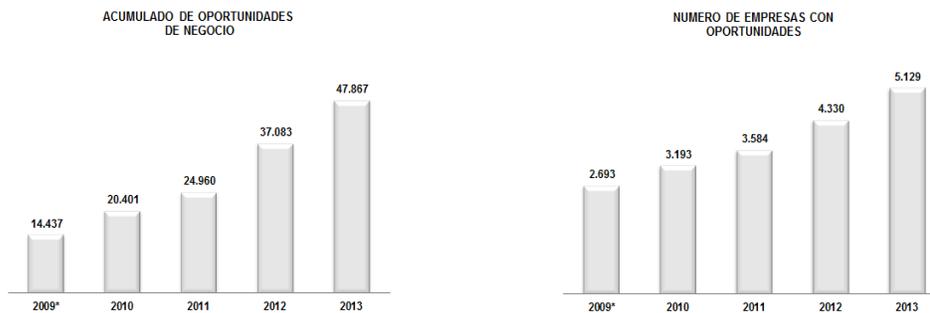
Como se muestra en la tabla anterior, la mayor concentración de las empresas que reportan tener oportunidades de negocios por gestión de Proexport se encuentra en el menor de los rangos (menos de US\$100 mil) con 1.187 empresas.

En cuanto al monto de los negocios realizados por los empresarios, el mayor aporte, al igual que a nivel país según cifras DANE, proviene de las empresas con exportaciones superiores a US\$10

millones, las cuales informaron a Proexport haber realizado negocios por US\$1.194 millones, monto que equivale al 60% (111 empresas) de los negocios reportados a Proexport. Del total de negocios certificados, US\$370 millones lo explican 2 empresas de servicios de Ingeniería y construcción en este último rango, sin estos negocios el monto equivaldría al 41% de los negocios facilitados por Proexport.

Oportunidades de negocios de las empresas apoyadas por Proexport

En el 2013, Proexport recibió información de las empresas de 10.784 nuevas oportunidades (3.150 de Estados Unidos) para un acumulado de 47.867 oportunidades (29% más que el año anterior) de 5.129 empresas colombianas (16% más que las se tenían en el 2012).



*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 2013. Como se muestra en el cuadro siguiente, el indicador general es del 55%. De las 1.722 empresas que realizaron negocios por alguna gestión de Proexport durante el 2012, 954 realizaron exportaciones en el 2013, de acuerdo con las cifras del DANE. Este indicador puede estar subestimado si se tiene en cuenta que el DANE no registra las exportaciones de servicios, que si están en la base de empresas apoyadas por Proexport, y la base de Proexport incluye también así las empresas que exportan indirectamente a través de una SIA (Sociedad de Intermediación Aduanera) u otra empresa, ya que el contacto y negociación si fue realizado por ellas durante las actividades de promoción.

INDICADOR PERMANENCIA DE EMPRESAS EXPORTADORAS

SECTOR ²	No empresas con negocios PXP en 2012 (T-1)	Permanecen exportando en 2013 ¹ (T)	Indicador de Permanencia (P)
AGROINDUSTRIA	387	240	62%
MANUFACTURAS	471	323	69%
PRENDAS	698	321	46%
SERVICIOS ³	168	70	42%
Total general	1.722	954	55%

Fuente: DANE - Cálculos Proexport

¹ Exportaciones a Noviembre según DANE

² Se hace salvedad sobre la contabilización de las empresas apoyadas con negocios en 2012 y que no se detectan sus exportaciones según fuente DANE, ya que exportan a través de comercializadoras, Soc. de Intermediación aduanera

³ Existe una subestimación en este sector ya que las estadísticas del DANE no incluye exportaciones de servicios, las empresas que cruzan son de editorial y artes gráficas en general.

a. Seminarios de divulgación de oportunidades de exportaciones.

2013 representó nuevos retos para la estrategia de divulgación a través de seminarios: se buscó divulgar las condiciones de acceso para el mercado norteamericano, las oportunidades por la entrada en vigencia del Acuerdo Comercial con la Unión Europea (primer importador de bienes en el mundo), el fortalecimiento de las relaciones de Colombia con México, Perú y Chile a través de la Alianza del Pacífico e información sobre nuevos nichos en mercados latinoamericanos o nuevos mercados como África y Asia.



La meta prevista para el 2013, de seminarios de mercados con TLC, fue cumplida en un 105% con la realización de 21 seminarios en los que participaron más de 13.000 personas de forma presencial, por videoconferencia y streaming. En el siguiente cuadro se mencionan los temas tratados:

CANADA	
1. Multisectorial	Oportunidades comerciales con Canadá (Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali, Medellín y Pereira) Oportunidades de negocio, tendencias, buenas prácticas y certificaciones (Bogotá, Cali y Medellín)
2. Agroindustria	Seminario propiedad intelectual y oportunidades para el sector agroindustrial en el mercado canadiense (Cali)
3. Manufacturas	Oportunidades de negocio para el sector autopartes en Brasil, Ecuador y Canadá (Bogotá)
ESTADOS UNIDOS	
4. Multisectorial	Compras públicas y oportunidades de negocio con Estados Unidos (Bogotá y Medellín)
5. Agroindustria	Condiciones de acceso y oportunidades para alimentos (Bogotá, Cali, Medellín y Pereira)
6. Manufacturas	Sector cosméticos en el mercado de Estados Unidos (Bogotá, Cali y Medellín)
7. Prendas de vestir	Seminarios en el marco de la feria EIMI (Bucaramanga)
8. Servicios	Oportunidades de turismo de salud para Estados Unidos (Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali y Medellín)
9. Servicios	Oportunidades y tendencias de videojuegos (Bogotá y Medellín)
ESTADOS UNIDOS / CANADA	
10. Prendas de vestir	Normas de origen para el sector de prendas de vestir en los TLC con Estados Unidos y Canadá (Bogotá, Bucaramanga, Medellín y Pereira)
SUIZA	
11. Multisectorial	Retos y oportunidades con el TLC EFTA con énfasis en Suiza
UNIÓN EUROPEA	
12. Multisectorial	Unión Europea y Colombia, del acuerdo a las oportunidades de negocio (Barranquilla, Bogotá, Cali y Medellín)
13. Multisectorial	Taller promoción y aprovechamiento del acuerdo comercial entre Colombia y la Unión Europea (Buenaventura, Bogotá, Cali y Medellín)
14. Agroindustria	Condiciones de acceso para productos agroindustriales en la Unión Europea (Buenaventura y BpPAYÁN)
15. Agroindustria	Oportunidades de negocio para el sector agroindustrial: certificaciones y tendencias en la Unión Europea (Barranquilla, Bogotá, Cali y Medellín)
16. Agroindustria	Promoción efectiva de ingredientes naturales y alimentos en el mercado europeo (Bogotá)
17. Manufacturas	Oportunidades empaques biodegradables en el mercado de la Unión Europea (Bogotá y Medellín)
18. Manufacturas	Sector cosmético en el mercado de Unión Europea (Bogotá, Cali y Medellín)
19. Prendas de vestir	Normas de origen para el sector de prendas de vestir en la Unión Europea (Bogotá, Cali, Medellín y Pereira)
ASIA	
20. Multisectorial	Haciendo negocios con Asia: retos y oportunidades (Barranquilla, Bogotá, Cali, Manizales, Medellín y Pereira)
ALIANZA PACÍFICO	
21. Multisectorial	Negocios con México, Perú y Chile. Colombia fortalece sus relaciones comerciales con la Alianza del Pacífico (Barranquilla, Pereira, Bogotá, Cali y Medellín)

Adicionalmente se hicieron seminarios oportunidades para la cadena cárnica bovina, de licitaciones con organismos multilaterales; Buenas prácticas en la cadena de frío para la exportación de productos perecederos; Impacto del cambio climático en las exportaciones agroindustriales, entre otros.

Como complemento a los seminarios y a la información de la página web, se diseñaron y distribuyeron 22 revistas de oportunidades de negocios con los TLC para las regiones de acuerdo con la oferta exportable y apuestas productivas de cada departamento, 4 cartillas de Unión Europea, tres cartillas especializadas de mercados: Estados Unidos, Canadá y Alianza Pacífico, y

tres periódicos de oportunidades comerciales (entre 50 y 60 oportunidades) con los mercados externos. Estas cartillas y fascículos fueron entregados en los seminarios, circularon con los periódicos regionales y están disponibles en la página web.



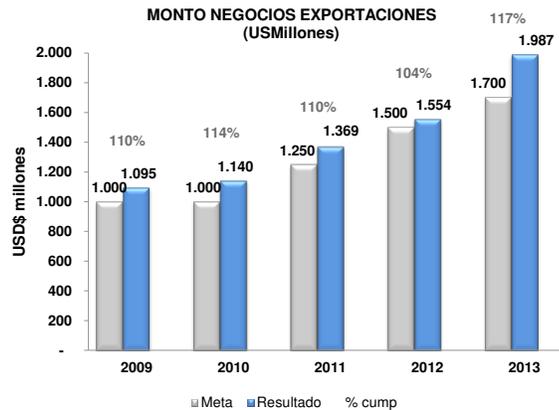
b. Evento conmemoración entrada en vigencia TLCs (Estados Unidos, Suiza y Canadá), acumulados

En el PES se incluyó el compromiso de celebrar las conmemoraciones de los TLC. En cumplimiento se ejecutaron las siguientes actividades

- **Estados Unidos** El 7 de mayo se realizó el foro “Un año del TLC: retos y oportunidades”, en Bogotá con 300 participantes y el 14 y 15 de mayo (aniversario) se realizaron en Miami un seminario de compras públicas, misiones exploratorias de empresarios de agroindustria, prendas y manufacturas y una macrorrueda, entre otros.
- **Suiza:** En Julio se realizó un seminario denominado “Retos y oportunidades con el TLC EFTA en Bogotá con Montería, Quibdó, Ibagué, Popayán, Valledupar, Neiva y Santa Marta en video conferencia. Asistieron en total 206 personas y en Junio, en un seminario de oportunidades de Unión Europea se incluyeron y divulgaron oportunidades en el mercado Suizo.
- **Canadá:** Para conmemorarlo Se hace un seminarios de autopartes en Julio y en Septiembre en Chicago se realizó la macrorrueda Estados Unidos y Canadá, se organizaron tres misiones exploratorias y un seminario para promover a Colombia como destino de inversión. Igualmente fue actualizada la cartilla de oportunidades, la cual se encuentra disponible en la página web.”

c. Monto de negocios de exportación realizados por los empresarios

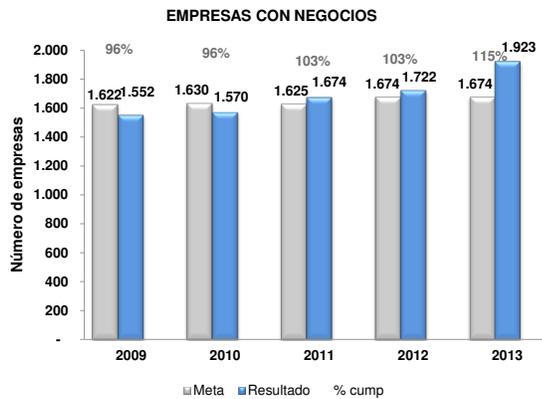
Como resultado de diferentes actividades y gestión de promoción, durante el 2013 los empresarios informaron a Proexport, 10.784 nuevas oportunidades de negocio y la realización de negocios por un monto de US\$1.977 millones, 39% de los cuales corresponden a sectores del Programa de Transformación Productiva (PTP). Con los resultados obtenidos se cumple en un 117% la meta anual y representa un crecimiento del 22% respecto al resultado del 2012.



Fuente: Proexport - CRM

d. Número de empresas con negocios.

Durante el 2013, los negocios de los que se recibió información fueron realizados por 1.923 empresas colombianas, para un cumplimiento del 115% de la meta. El 60% de éstas (1.163 empresas) son de sectores PTP.



Fuente: Proexport - CRM

Actividades de promoción

- Más de 550 empresarios participaron en 54 ferias internacionales en 21 mercados, algunas de ellas son: Anuga y CEBIT en Alemania; European Seafood Exposition en Bélgica; Food Hotel & Catering en China; Cosmoprof, HD Las Américas, FIME, Style Frames y SMOTA en Estados Unidos; MipCom y Who's Next en Francia; IFTF en Holanda; Anpact y Feria del Libro en Guadalajara en México; Womex en Reino Unido.



- **2.373 compradores de 57 países** (misiones de compradores internacionales) vinieron a Colombia en el marco de ferias como: Colombiamoda, Colombiatex, Proflora, IFLS Febrero y

Agosto, EIMI, Discover Colombia Canadá, FISE, Andinapack, Construferia del Caribe, entre otras.

- 12 ruedas de negocios en las que participaron **695 compradores y 887 exportadores** en Colombia y el exterior: IV Rueda de Negocios de Materiales de Construcción en Panamá, LAC Flavors en Nicaragua, Rueda de Negocios de Silicon Valley en Estados Unidos, Rueda de Negocios Costa Rica, Rueda de Negocios Autopartes en Colombia y en el marco de ferias como Expoconstrucción – Expodiseño, Andigráfica, BAM, Belleza y Salud, MedeSalud, Feria Internacional del Libro de Bogotá, Softic, entre otros.
- **14.600 citas** entre 1.078 compradores internacionales y 1.151 exportadores fueron concertadas en las **7 macrorruedas** realizadas en Colombia (Cúcuta, Bogotá, Cali y Pereira) y en el exterior (Estados Unidos y Caribe, Estados Unidos y Canadá y Europa) en las que se reportaron expectativas de negocios por valor de US\$321 millones:
 - Macrorrueda en Cúcuta, en la cual se generaron expectativas de negocios por US\$6,7 millones en las más de 700 citas entre los 108 empresarios colombianos y 54 compradores (Bolivia, Costa Rica, Curazao, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Puerto Rico y República Dominicana) que asistieron.
 - Encuentro Empresarial Andino en Bogotá, segunda macrorrueda organizada en conjunto con los países de la CAN, con expectativas de negocio por US\$35 millones y alrededor 3.000 citas de negocios realizadas.
 - Alianza Pacífico Cali, con la participación de 64 compradores y 134 empresarios colombianos, con más de 3.300 citas de negocios se generaron expectativas de negocios por US\$28 millones.
 - Eje Exporta Pereira, se realizaron más de 550 citas entre 83 empresarios colombianos y 34 compradores de 9 países, generando expectativas de negocios por US\$9,2 millones.
 - Estados Unidos y Caribe - Miami, expectativas de negocios por US\$114 millones, más de 4.200 citas realizadas entre 375 empresarios colombianos (de 17 departamentos) y 402 compradores de 12 países (Antillas Holandesas, Aruba, Bahamas, Barbados, Dominica, Estados Unidos, Haití, Jamaica, Puerto Rico, República Dominicana, Surinam y Trinidad y Tobago).
 - Estados Unidos y Canadá, en Chicago, 1.536 citas con la participación de 166 empresarios colombianos de 15 departamentos y 223 compradores (127 Estados Unidos y 96 Canadá) generando expectativas de negocios por US\$54,5 millones.



- Europa. Se realiza por primera vez y en dos países (Alemania y Francia) una macrorrueda en ese continente, con la participación de 84 empresarios colombianos de 14 departamentos y 156 compradores de Alemania, Bélgica, España, Francia, Holanda, Polonia, Portugal, Reino Unido, Suecia y Suiza en alrededor de 1.200 citas. Las expectativas de negocios reportadas alcanzan la suma de US\$73,5 millones.



- Con el fin de dar a conocer los mercados y que los empresarios identifiquen su potencialidad se realizaron 15 **misiones exploratorias** a 7 mercados con la participación de 366 personas. Durante las misiones, reciben capacitaciones sobre el mercado, tendencias, costumbres y exigencias, visitan diferentes canales de distribución/comercialización y con ello pueden además de validar la potencialidad del producto, revisar su competitividad en cuanto a precio e identificar las modificaciones o adecuaciones necesarias para atender las exigencias del comprador o mercado.
- Para los empresarios desarrolladores de software, en trabajo conjunto con el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones – MinTIC, se realizó un Programa de Fortalecimiento de Habilidades Comerciales en Escenarios Internacionales en el que 35 empresas recibieron herramientas para mejorar sus estrategias comerciales, estuvieron en Silicon Valley conociendo los casos de éxito, asistieron a paneles con información de mejores prácticas y tuvieron con posibles clientes y/o socios.

10.2.1.2 Promover a Colombia como destino de inversión extranjera directa (IED) en sectores estratégicos

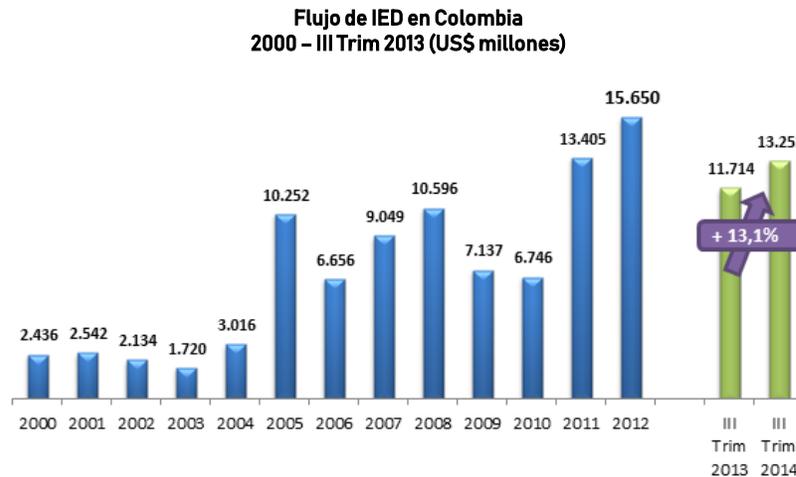
Por directriz Presidencial, Proexport asumió desde el 2004 la promoción de la Inversión Extranjera Directa. La delegación oficial de estas funciones se hizo mediante el Decreto 4337 del 22 de diciembre de 2004, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

De acuerdo con Doing Business 2014 del Banco Mundial, Colombia es el sexto país a nivel mundial y el primero en América Latina en proteger a los inversionistas. Adicionalmente, el ranking ubica al país en el tercer lugar como el destino más “amigable” para hacer negocios en la región y Colombia se mantiene como el referente en América Latina por las reformas implementadas para facilitar los negocios: desde 2005, el país ha implementado 27 reformas.

Las tres calificadoras de riesgo más importantes (S&P, Fitch y Moody's) le otorgaron Grado de Inversión a Colombia. En particular, Moody's elevó su perspectiva para Colombia de Estable a Positiva como resultado de: las expectativas de consolidación fiscal gracias a la regla fiscal, la reducción de la deuda pública, la consistencia y predictibilidad de la política macroeconómica y la solidez de la economía colombiana para enfrentar choques externos. En diciembre de 2013, Fitch Ratings elevó la calificación de largo plazo en moneda extranjera de la Nación de BBB- a BBB y la

de corto plazo de F3 a F2, igualmente elevó la calificación de largo plazo en moneda local pasando de BBB a BBB+.

Esto y otros factores han llevado al aumento sistemático de la IED en los últimos años, alcanzando el flujo más alto al cierre 2012, de acuerdo con la información anual disponible. A tercer trimestre de 2013 (ene-sep), la IED recibida por Colombia aumentó 13,1% (US\$1.537 millones) más que lo registrado en el mismo periodo de 2012, llegando a US\$13.251 millones en este periodo.



Fuente: Balanza de pagos- Banco de la República

Entre enero y septiembre de 2013, como novedad a nivel sectorial, son mayores los flujos de IED en sectores diferentes a petróleo y minería representando el 51,4%, (industria manufacturera 15,5%, transporte y comunicaciones 11,5% y establecimientos financieros 8,5%, entre otros) mientras el sector de petróleo y minería recibió el 48,6% restante de IED en Colombia.

En 2013, como líderes de la iniciativa de Promoción de Inversión en sectores de valor agregado del Plan Estratégico Sectorial, Proexport cumplió con las metas propuestas, así:

a. Seminarios de promoción de Colombia como destino de inversión

Durante el año 2013, se realizaron 137 seminarios de promoción de inversión (cumplimiento del 137% de la meta prevista) de los cuales 122 se realizaron en 26 países (ver mapa) y 15 en Colombia a empresarios provenientes de Nueva Zelanda, Reino Unido, Caribe, Europa, Japón, Finlandia y Turquía. Se presentaron oportunidades sobre materiales de construcción, sistema moda, agroindustria, forestal, automotriz, servicios TI, fondos de capital, infraestructura hotelera y turística, biotecnología, entre otros.



Seminario de Inversión en Colombia
Istanbul - Turquía, septiembre 2013

Adicionalmente, y como parte del trabajo realizado en el marco de la Alianza Pacífico, se realizaron seminarios para promover la región en los siguientes países: Francia, Estados Unidos, España y China.

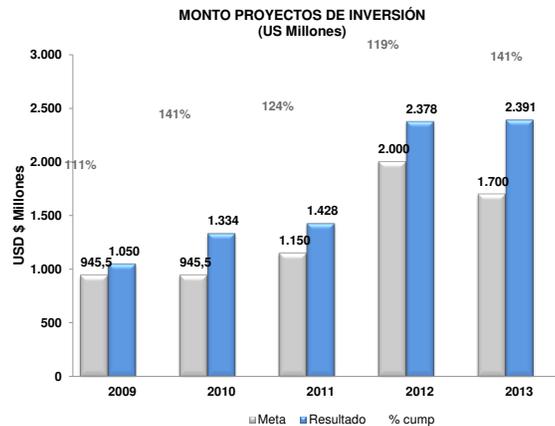
PAÍSES DONDE SE REALIZARON LOS SEMINARIOS DE INVERSIÓN 2013



Fuente: Proexport

b. Monto de los proyectos de Inversión iniciados por Inversionistas extranjeros

Producto de las diferentes acciones de promoción y el acompañamiento a los inversionistas, en el año 2013 se iniciaron 73 proyectos con una inversión estimada en US\$2.391 millones lo que representa un cumplimiento del 141% de la meta anual. 28 de los proyectos reportados por US\$748 millones corresponden a sectores del Programa de Transformación Productiva.



Fuente: Proexport CRM

Los proyectos se desarrollan en 15 departamentos (Antioquia, Atlántico, Bogotá, Bolívar, Boyacá, Caldas, Cundinamarca, Magdalena, Meta, Norte de Santander, Risaralda, Santander, Sucre, Valle del Cauca, Vichada) y provienen de 20 países: Alemania (2), Argentina (5), Brasil (4), Canadá (6), Chile (3), China (4), Emiratos Árabes Unidos (1), España (6), Estados Unidos (21), Francia (2), Guatemala (1), India (2), Japón (1), México (2), Portugal (1), Puerto Rico (1), Reino Unido (6), Suiza (1), Turquía (1) y Venezuela (3).

Los sectores en los cuales se realizan las inversiones son: energías renovables, fondos de inversión, infraestructura en turismo, envases/empaques sin plegadizas y etiquetas, bienes y servicios petroleros y mineros, metalmecánica, entre otros. Se destacan las siguientes

inversiones^{1/}: Globant en Servicios de TI (Argentina), Furukawa en instrumentos y aparatos (Brasil), DOLE en hortofrutícola (Chile), AIG en BPO, Intercontinental Hotels USA en infraestructura y turismo, Sykes Latin America S.A en BPO (Estados Unidos)

c. Empleos estimados en los proyectos de inversión

Los inversionistas estiman generar 26.232 empleos con los proyectos iniciados, lo que representa un cumplimiento del 154% de la meta anual prevista. De los empleos reportados 18.943 empleos corresponden a proyectos en sectores del Programa de Transformación Productiva (incluye operaciones de BPO de 17.457 empleos).

d. Búsqueda de potenciales inversionistas en hotelería en el Archipiélago de San Andrés

Para iniciar la búsqueda de potenciales inversionistas, se realizó el diagnóstico de oportunidades actuales y potenciales en el archipiélago, así como el inventario de hoteles que serán administrados por Fontur. Se remitió esta información a tres cadenas hoteleras en Jamaica, España y Estados Unidos, a quienes se hace seguimiento y se está trabajando con las autoridades locales para definir la viabilidad de realizar las inversiones.

También fue elaborado un brochure promocional sobre oportunidades de inversión en la isla que será publicado en la página web www.inviertaencolombia.com.

e. Inversión de colombianos en el exterior

El Gobierno Nacional en el Plan Nacional de Desarrollo 2010 - 2014 “Prosperidad para Todos” reconoció la importancia de que las empresas colombianas se internacionalicen a través de la inversión y estableció que la estrategia de promoción de la inversión extranjera en Colombia se complementaría con acciones de promoción de la inversión colombiana en el exterior.

La economía colombiana es actualmente protagonista en la región en cuanto a los egresos de inversión directa de capital y tiene una alta potencialidad de consolidarse como uno de los mayores inversionistas regionales. Las empresas inversionistas en el exterior, pueden aprovechar nuevos mercados y clientes, tienen acceso a factores de producción y pueden lograr mejoras en la eficiencia. Este proceso aparece como un fenómeno consistente y complementario de la promoción de las exportaciones, pues a menudo, en el proceso de internacionalización de las empresas, la exportación constituye un paso previo a la decisión de establecer su operación en mercados extranjeros.

Tras la formulación de la política de inversión directa hacia el exterior del Gobierno, la cual se promulga en el documento CONPES 3771 del 23 de septiembre de 2013, Proexport en el segundo semestre del año 2013, comenzó a estructurar la estrategia, los servicios y el área que se encargará de apoyar estos procesos.

^{1/} <http://www.inviertaencolombia.com.co/noticias/801-proexport-colombia-inversionistas-extranjeros-estiman-la-creacion-de-63-103-empleos-en-sectores-diferentes-a-mineria-y-petroleo.html>

Se definieron servicios como: información sobre las oportunidades de inversión sectoriales en el país de interés, perfil país, aspectos legales, incentivos, contactos con el sector público y privado en los países donde hay oficina comercial, agendas de inversión en el exterior, entre otros. Así mismo, se desarrolló una página web especializada para atender las principales necesidades (oportunidades de inversión por sector y país, aspectos legales, noticias de inversión) de los empresarios: www.colombiainvierte.com.co.

Durante el 2013, de manera simultánea al proceso de estructuración, se atendieron 76 empresas (50 de Bogotá), se hicieron 12 agendas en el exterior, siendo Perú, Estados Unidos, México y Brasil, los destinos de mayor interés para expandir operaciones de estas empresas. Hasta el momento los servicios más demandados por los empresarios han sido los de búsqueda de Información país, sectorial y legal.

Otras acciones

Sistema de Facilitación para la Atracción de Inversión – SIFAI. Durante el 2013 los principales logros se dieron en Industria cinematográfica (beneficios de la Ley 1556 de 2012, Nueva Ley de Cine, que se extienden a los productores de animación digital), Comercio exterior servicios (se elimina la exigencia de un contrato escrito para acceder al beneficio de la exención del IVA en la exportación de servicios), Régimen migratorio (se simplifican los requisitos para la obtención de visas de trabajo y para la visa de inversionista en referencia a la adquisición de inmuebles) e Incorporación de vehículos legales en Colombia (se eliminan ciertos requisitos para la obtención del Registro Único Tributario, como la necesidad de presentar facturas de servicios públicos y la apertura de cuentas bancarias para ciertas personas entre estas, los inversionistas extranjeros).

Adicionalmente, Proexport, en quien recae la Secretaría Técnica de SIFAI, fue reconocida por en los “fDi’s IPA Innovation Awards 2013” del Financial Times en la categoría “Policy Advocacy” (i.e. Políticas de promoción) por su contribución en el mejoramiento del clima de inversión en el país.

Trabajo con agencias regionales de inversión (APRI). Durante el 2013 se trabajó conjuntamente con Invest in Bogotá, ACI – Medellín, ProBarranquilla, Invest Pacific, Invest in Cartagena, Invest in Huila, Invest in Caldas, Invest in Santander, Invest in Armenia Quindío e Invest in Pereira, en los siguientes temas, entre otros:

- Visita y atención a inversionistas instalados para identificar necesidades y potenciales proyectos.
- Definición, organización y participación en los seminarios para la promoción internacional de Regiones y Zonas Francas de Colombia en Argentina (Buenos Aires, Córdoba), Estados Unidos (Miami, Chicago, San Francisco en TICs), España (Madrid (multisectorial y otro de materiales de construcción), Barcelona, Valencia), Portugal (Lisboa), Seminarios de Infraestructura en Francia (Paris) y Alemania (Frankfurt), así como la participación en agendas principalmente en España, Chile, Perú, Brasil, Turquía, Japón, Reino Unido, México, Ecuador y Canadá.
- Atención conjunta a los potenciales inversionistas que llegan a Colombia a través del establecimiento y seguimiento de agendas.

- Intercambio de información a través de Comités y herramientas como la página web, Banco de Proyectos, capacitaciones en temas de interés principalmente legales para las agencias y realización del Comité SIFAI para temas legales relacionados.
- Igualmente se ha apoyado a las regiones que están iniciando sus procesos de promoción de inversión con contactos con otras APRI's en Colombia y se ha apoyado con información para la elaboración de las propuestas de valor de las regiones.

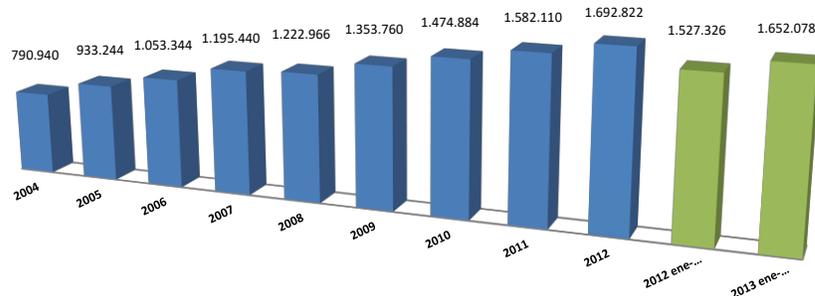
Como seguimiento al plan de trabajo y al relacionamiento con las agencias se realizaron reuniones y teleconferencias individuales y a final de año se realizó una reunión general de agencias y se desarrolló un encuentro entre agencias y funcionarios en Colombia y en el exterior relacionados con inversión.

Banco de Proyectos. Se cuenta con una plataforma virtual que opera internamente y de forma confidencial, diseñada con el fin de agilizar, consolidar y tener disponible la información de proyectos para promover la inversión extranjera en sectores de interés del país y sus regiones. Esta plataforma, es de uso exclusivo de funcionarios de Proexport, APRI's, entidades regionales y gremios habilitados pueden validar e ingresar los proyectos susceptibles de ser promocionados por las oficinas comerciales. A diciembre de 2013, se han registrado 69 proyectos de los sectores: Metalmecánico, IT, Contenidos Digitales, BPO, Biotecnología, Turismo de Salud, Petroquímica, Logística e Infraestructura, Agroindustria, Minería, Energía, Construcción e Infraestructura Hotelera y Turística. Las entidades que hasta la fecha han registrado proyectos en esta plataforma son: ACI Medellín, Invest Pacific, InfiManizales, Invest in Pereira, ProBarranquilla, Invest in Cartagena, Cámara de Comercio de Cartagena, Cámara de Comercio del Huila, Agrofuturo y Cámara Colombiana de la Minería. Igualmente, se han iniciado actividades de difusión y socialización de la herramienta con la Gobernación de Cundinamarca y se espera continuar con esta labor en el 2014, conjuntamente con gobernaciones y alcaldías que tengan proyectos que requieran algún tipo de inversión.

10.2.2 TURISMO DE CLASE MUNDIAL

Proexport, contribuye en diferentes iniciativas del Plan Sectorial, aprovechando sinergias y complementariedades para hacer de Colombia un destino turístico de clase mundial que contribuya al desarrollo sostenible.

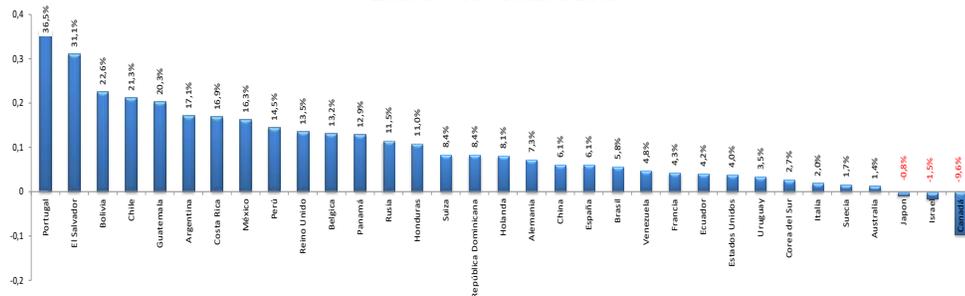
Llegada de Viajeros Internacionales al país



Fuente: Migración Colombia, Cálculos Proexport

En los últimos años, la llegada de viajeros internacionales ha crecido de manera constante y continuó haciéndolo en el periodo enero-noviembre de 2013 cuando registró un incremento del 8,2% frente al mismo período del año anterior.

Crecimiento de las llegadas a Colombia de los principales mercados Enero – noviembre 2013

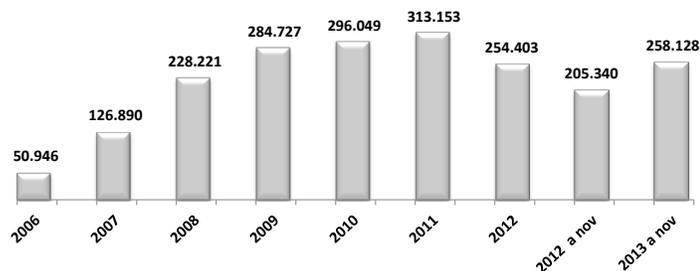


Fuente: Migración Colombia, cálculos Proexport

Portugal, es el país que presenta la mayor tasa de crecimiento: 36,5% y Centro América (El Salvador, Guatemala y Panamá) mostraron crecimientos elevados.

Durante los once primeros meses del año, el número de visitantes en cruceros presentó un crecimiento de 25,7% versus el mismo periodo del año anterior. Las recaladas al país, (teniendo en cuenta solamente el número de arribos de puertos extranjeros), presentaron un crecimiento de 37,1% frente a 2012.

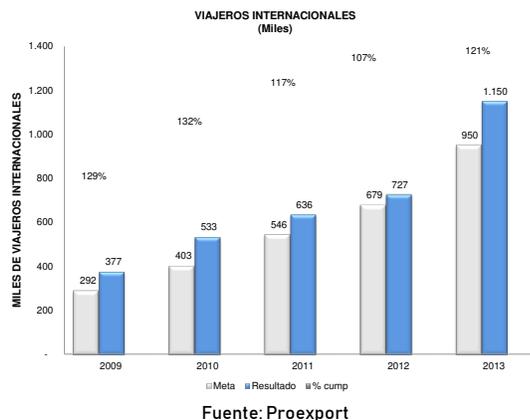
Número de visitantes en crucero



Fuente: MinCIT, autoridades portuarias

10.2.2.1 Viajeros Internacionales

1.149.687 viajeros internacionales de 28 países llegaron a Colombia por gestión de Proexport, de acuerdo con la información entregada por mayoristas y empresarios, lo que representa un cumplimiento del 121% de la meta anual (indicador no incluido en el PES), como resultado de las diferentes actividades de promoción (ej. ferias internacionales, viajes de familiarización), el trabajo conjunto con mayoristas u operadores y la capacitación de agentes de viajes en diferentes países.



Competitividad de los destinos y productos turísticos

Promoción y Mercadeo

10.2.2.2. Captar atracciones y eventos de talla mundial

a. Captar grandes eventos:

Durante el 2013, se identificaron 10 posibles grandes eventos para ser realizados en Colombia. Actualmente se hace seguimiento a 7 de las 10 oportunidades identificadas, dentro de las que se encuentran eventos de la industria del turismo, eventos de entretenimiento, de turismo naturaleza, entre otros. Se han recibido dos manifestaciones de interés.

b. Atracciones de talla mundial.

Diagnóstico e identificación de “Key drivers” de potenciales inversionistas.

Se elaboró un documento en el que se identificaron los factores relacionados con el marco legal, incentivos y políticas públicas, clima de inversión, acceso a recursos de financiación, RRHH disponible y terrenos que resultan necesarios para el desarrollo de un parque temático que pueda constituirse como atracción turística ancla para el mercado internacional al ser un proyecto de gran envergadura, con identidad propia, con un grado de diferenciación alto. Los requerimientos en temas de terrenos, recurso humano, empleo y región fueron identificados.

10.2.2.3. Conectar el mundo con nuestros destinos Conectividad marítima

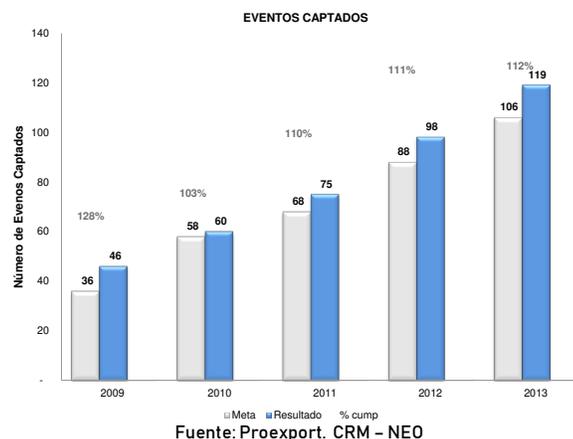
Presentar informe sobre cruceros como medio de transporte hacia Colombia.

Se presentó un informe sobre cruceros de entre 300 y 1.200 pasajeros y por nichos de mercados, en el que se resalta que dos terceras partes de los turistas que llegan a la región Caribe por primera vez lo hacen por medio de los cruceros haciendo que el sector sea totalmente relevante para la zona. Los mayores países emisores hacia el Caribe son Estados Unidos, Canadá y Reino Unido de acuerdo a los datos presentados en el informe Caribbean Cruise Analysis desarrollado por la FCCA. El informe incluye recomendaciones para San Andrés por parte de líneas de cruceros.

10.2.2.4 Fortalecer la competitividad regional

Captar 106 eventos (incluye congresos, viajes de incentivo, grupos de golf y reuniones en Colombia).

Las empresas o asociaciones atendidas, informaron a Proexport la captación de 119 eventos, cumplimiento del 112% de la meta anual, en los que esperan la participación de 27.427 personas. De los eventos captados, 32 son congresos, 34 convenciones, 2 de golf y 51 viajes de incentivos.



Tipo de Evento	No. Eventos	No. Participantes
Congreso	32	22.150
15 Encuentro e la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social - FELAFACS 2015		1.500
32 Council meeting of the World Federation of Occupational Therapists - Wfot 2016		70
7th Latinamerican Expo-Sciences ESI_AMLAT 2014		900
88ª Reunión Ordinaria del Consejo Directivo del Instituto Interamericano del Niño, la Niña y Adolescentes (IIN) 2013		100
ALTA UBMA/MRO Summit		200
CEO Policy Council Retreat 2014		70
Congreso de la Asociación Latinoamericana de Estudios Socioculturales del Deporte ALESDE		350
Congreso Internacional de odontología pediátrica ACOP 2016		200
Congreso latinoamericano de Ingeniería Agrícola		400
Congreso Latinoamericano de microbiología CLAM 2014		1.600
Congreso Latinoamericano de Psiquiatría 2014		4.500
Design an Emotion Conference		700
Congreso Regional FIGO-FLASOG-FECOLSOG		1.000
II encuentro Internacional AECA en Latinoamérica		800
IX Nace latin American Region Corrosion Congress - LATINCORR 2014		800
LGBT Business Expo 2014		200
Meeting of Historinas of economic Thought from Europe and Latin American 2013		280
RECon Latin America 2014		Nd
Reunión Anual de Dermatólogos Latinoamericanos RADLA		3.500
VI Congreso Mundial de infancia y adolescencia 2014		1.000
VIII Congreso Iberoamericano de contabilidad de gestión 2014		150
World Conference of the Spatial Econometrics Association (SEA) and workshop in spatial statistics and econometrics 2013		150
World Energy Council- WEC Executive Assembly 2014		500
World Engineering Education Forum - WEEF 2013		300
X Congreso Iberoamericano de administración empresarial y contabilidad 2014		150
X Congreso Latinoamericano de radiología Dento Maxilofacial 2014		800
XIV Asamblea general de la asociación Latinoamericana de Facultades y escuelas de Contaduría -ALAFEC- 2016		300
XIV Reunión de la red de popularización de la Ciencia y la técnica en América Latina y el Caribe (RedPOP) 2015		500
XV Simposio de la sociedad latinoamericana de Percepción Remota y Sistemas de Información Espacial - SELPER - 2014		430
XXIV Congreso Interamericano de Gestión Humana - CIGEH 2015		0
XXV Asamblea general del consejo Latinoamericano de Ciencias sociales - CLACSO 2015		200
XXVIII Congreso Latinoamericano de Estrategia 2015		500
Convención Corporativa	34	2.954
Golf	2	23
Viaje de Incentivo	51	2.300
Total general	119	27.427

Fuente: Proexport- CRM - NEO

De los congresos captados se destacan por el impacto económico estimado^{2/}: de US\$11 millones que tendrá el Congreso Latinoamericano de Psiquiatría 2014 (Cartagena) en el que se esperan 4.500 participantes y de US\$8,9 millones la reunión anual de Dermatólogos Latinoamericanos RADLA (Bogotá) que estima 3.500 asistentes.

Para la captación de los eventos se realizaron las siguientes actividades, entre otras:

- 6 press trip, los cuales contaron con la asistencia de 49 personas de 24 medios internacionales provenientes de 11 mercados, quienes conocieron la oferta Antioquia, Bolívar, Caldas, Cundinamarca, Magdalena, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca.
- Se participó en 5 ferias internacionales así: IMEX (Alemania), Expoeventos (Argentina), EIBTM (España), IMEX América (Estados Unidos) e ICOMEX (México).
- Presencia de 58 mayoristas internacionales de 21 mercados en la rueda de negocios Colombia Travel Mart 2013.

10.2.2.4 Innovar en la Promoción

Promoción y mercadeo internacional

a. Campaña: “Colombia es Realismo Mágico”

^{2/} Se estima el impacto con base en la fórmula estandarizada de la Asociación Internacional de Congresos e Incentivos ICCA: número de participantes x 3,78 (días) x 675 (dólares en promedio por día – lo que se gasta entre hotel, comida, transporte, ocio).

Se hace el lanzamiento de la estrategia “Colombia es Realismo Mágico” en abril, en la que se migra de promoción de destino a promoción de productos turísticos y se resaltan las experiencias. Más de 1.316 millones de personas han sido impactadas con las diferentes acciones llevadas a cabo durante el 2013: afiches, comerciales (4) y videos testimoniales (11), impactando población de América (91%), Europa (55%) y Asia (34%). La campaña está en los aeropuertos de 12 países y el metro de Londres, fue mencionada en medios de comunicación de alto impacto en audiencia como: CNN, BBC, History Channel, Discovery Channel y en otros medios especializados. El material desarrollado se encuentra disponible en español, inglés, alemán, francés y portugués.



Paralelamente 9.100 operadores y mayoristas de 20 países (Alemania, Costa Rica, Ecuador, Estados Unidos, Guatemala, México, Perú, Reino Unido, Argentina, Brasil, Caribe, China, Chile, España, Indonesia, Italia, Panamá, Polonia y Venezuela) fueron sensibilizados con la campaña.

b. Plan de promoción internacional

Se presentó el cronograma y se hizo seguimiento al plan que se presentó por productos:

Naturaleza.

- Ferias: Durante la temporada de ferias de buceo y el Fam especializado de buceo se promocionaron 4 destinos (Cartagena, Santa Marta, Malpelo, San Andrés y Providencia) en los mercados de España, USA, Brasil y Francia- CTM 2013 permitió la generación de oportunidades de negocios para los empresarios de turismo naturaleza en los mercados prioritarios. Así mismo se ha participado en ferias como: Beneath de Sea y Cruise Shipping Miami en Estados Unidos; Salón de la Plongée en Francia; Dive Travel Show, Fitur e ITB en España; Vakantiebeurs en Holanda; PADI en Brasil; Bout en Alemania. Participación en la feria Bird Fair UK 2013. Se recibió confirmación de al menos 5 grupos para la temporada 2014, (ingresos de alrededor de US\$62.500)
- Viajes de familiarización: más de 49 empresarios de 20 países conocieron los diferentes productos en las regiones.
- Viajes de prensa: Un medio Canadiense visitó el Parque Nacional del Cocuy y otros tres medios de Canadá, Estados Unidos y Reino Unido para promocionar la temporada de las migraciones del Pacífico, en Bahía Solano y Nuquí, en diferentes países
- Otros:

- Desarrollo de Guía y aplicativo móvilespecializados de Buceo en español, inglés y portugués, que será distribuido en las ferias de buceo en el 2014..
- Desarrollo de la 4a versión de la guía de avistamiento de aves (en inglés), lanzada en el marco de Bird Fair.

Náutico.

- **Ferias:** Se participó en la feria Miami Boat Show y en el MBS que es una de las ferias náuticas más importantes del mundo. Adicionalmente durante el Cartagena International Boat Show se generaron citas con aerolíneas y hoteles, se apoyó la difusión en medios especializados generando contenidos para la red de PR's de Proexport, se diseñó una estrategia de medios digital y se entregó información a marinas y asociaciones a través de las oficinas de Miami, Caribe y Suramérica. Adicionalmente, se está promocionando el Sail Cartagena 2014 a través del equipo de PR's y oficinas comerciales a nivel internacional.
- **Viajes de Prensa:** Se logró free press en importantes medios de comunicación internacionales especializados como Boating Industry, IBI News, 4 Traders, Compass, IBI Plus, Soundings Trade (Estados Unidos), Dario Tal Cual, El Universal (Venezuela), ActuNautique y Voiles News (Francia), entre otros.
- **Otros:** Contacto con las principales empresas de navegación náutica para promocionar la Guía Náutica Turística de Colombia (C-Map, Garmin, Japessen, Navionics), al igual que los principales gremios náuticos (National Marine Manufacturers Association (NMMA), Florida Yatch Brokers Association, US Super Yatch Association, Bluewater Charts & Books). Se logró la distribución de la Guía en la tienda de Bluewater Charts & Books en Fort Lauderdale. La NMMA ha solicitado a la Embajada de Estados Unidos en Colombia emitir una carta de recomendación para que ciudadanos estadounidenses visiten y naveguen por Colombia. Se inició el relacionamiento y validación con 23 marinas en Panamá, Aruba, Curazao, Saint Martin y Puerto Rico, algunas de las cuales manifestaron interés en hacer negocios con Colombia.

Cruceros.

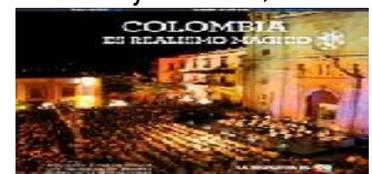
- **Ferias:** Se participó (9 empresarios) en la feria Cruise Shipping Miami, una de las principales a nivel mundial en este segmento y en la Feria Fit America Latina, en Buenos Aires Argentina.
- **Viajes de Familiarización:** Se coordinó la participación de más de 50 personas en fams de 9 mercados. En uno de los viajes, participó el Vicepresidente Senior de FCCA con la intención de analizar las posibilidades de aumentar su operación de cruceros en Colombia y de inversión y en otro participaron 17 miembros de la tripulación de un crucero con la intención de convertirlos en multiplicadores y promotores de Colombia; entre otros.
- **Viajes de prensa:** Se coordinaron 5 press trip con 12 representantes de medios de Argentina, Ecuador, Chile, Uruguay, Brasil y Perú para promocionar Cartagena de Indias como destino de cruceros, como puerto de embarque. Se logró free press en medios como Caribbean News Digital, Portafolio, Vox Populi, El Sol de México, The Independent, entre otros.

- Presentaciones de destino: Se hizo la presentación de destinos de cruceros de Colombia (San Andrés, Providencia, Cartagena de Indias, Santa Marta y Costa Pacífica) en el panel "El Turismo de Cruceros y sus beneficios para la región: Latinoamérica como destino turístico" en el Seatrade Latinamerica Cruise Convention en Santiago de Chile y se capacitaron agentes especializados en venta de cruceros "Cruise Planners" en Estados Unidos.
- Otros: se realizó en Cartagena la XX FCCA Annual Cruise Conference and Trade Show 2013, que congregó a más de un millar de personas incluidos los altos ejecutivos de las 15 navieras que integran la FCCA quienes manejan el 89.6% de la operación el mundo. Tras la participación en el encuentro, dos líneas de cruceros anunciaron que incrementarán sus recaladas en Cartagena así: MSN Cruises incluirá a Cartagena en el itinerario de su nuevo barco sobre el Caribe "Divina" y el grupo Royal Caribbean traerá por primera vez en 2015 el barco "Independence of the Seas".

Otros resultados obtenidos del trabajo realizado fue, la confirmación de la recalada del barco Thompson Dream en Cartagena en el 2014 y la llegada, por primera vez, del barco Voyager de la línea griega Variety Cruises, con 7 recaladas durante diciembre 2013 y junio de 2014.

Cultural.

- Ferias: Participación en JATA- Japón, TOP RESA - Francia, y Leisure - Rusia, WTM en Reino Unido.
- Viajes de Familiarización: Organización de diferentes fams de mayoristas de, entre otros, Reino Unido, Suiza, Alemania, Rusia, Canadá, España, Francia, México, Honduras, Guatemala, Panamá, Chile, Argentina, Estados Unidos, Ecuador, Perú y el Caribe para dar a conocer diferentes nichos: Arqueológico, Pueblos Patrimonio, Religioso, Gastronomía, salsa, y otros más en las diferentes regiones.
- Viajes de prensa: organización de más de 19 Press Trip con 46 participantes de 17 países, vinieron a conocer el Carnaval de Barranquilla, el Carnaval de Negros y Blancos (Patrimonio Inmaterial de la Humanidad) en la ciudad de Pasto, Laguna de Cocha, estuvieron en los festivales de Cine, Hay, y el de Música Clásica en Cartagena, el Parque Arqueológico San Agustín y Santa Marta; turismo religioso de Mompox, Barichara, Pamplona y Girón, los pueblos patrimonio como Girón, Barichara, Villa de Leyva, Festival de Salsa, entre otros.
- Presentaciones de destino: 60 agentes de viajes asiáticos Australia, Camboya, China, Corea, Filipinas, Indonesia, Japón, Laos, Malasia, Myanmar, Singapur, Tailandia y Vietnam, fueron capacitados en la oferta del producto cultural.
- Otros: Se ha hecho promoción de los paquetes turísticos: artBO; Festival de Música Clásica. Se han dado a conocer en mercados como Japón, India, Rusia, Estados Unidos, México, Centroamérica, Brasil, Argentina, Chile, España y Francia; paquete turístico cultural incluyendo la experiencia del Hay Festival Cartagena. Se han dado a conocer en mercados como Japón, India, Rusia, Estados Unidos, México, Centroamérica,



Brasil, Argentina, Chile, España y Francia; paquete turístico cultural incluyendo el Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá.

Sol y playa.

- Ferias: Participación en las ferias de FITUR, ABAV, ITB, SIT Perú, FIT Bolivia, AVAVIT FIT en Argentina, Leisure Rusia y MTS en Venezuela con oferta de Cartagena, Santa Marta, San Andrés y Providencia.
- Viajes de familiarización: 5 fam trip con 40 mayoristas de 14 países (Argentina, Caribe, Perú, Chile, Canadá, Alemania, Panamá, Venezuela, Brasil, Rusia, México, Estados Unidos, Bolivia, Panamá) que visitaron Cartagena, Santa Marta y San Andrés;
- Viajes de Prensa donde los diferentes medios de comunicación de Ecuador, Panamá y Perú visitaron los principales destinos.
- Otros. Se capacitaron más de 40 mayoristas en la oferta de Sol y playa y se ejecutó un plan de medios en redes sociales, el video de la campaña Colombia es Realismo Mágico y testimonial. Igualmente se cuenta con postales con QR code que se entregan durante las ferias.

Lujo.

- Viajes de familiarización: 3 Fam trip con 18 participantes de 6 países (Reino Unido, Canadá, México, Chile, Guadalupe y República Dominicana) para el conocimiento de los productos de lujo, bienestar, bodas y lunas de miel.
- Viajes de prensa: Press trip con Adventure Associates de USA en los destinos de Bogotá, Villa de Leyva y Medellín; press trip de medios especializados en turismo de lujo de Estados Unidos, quienes tuvieron la oportunidad de visitar Cartagena en el marco del evento Tendencias de Bodas y lunas de miel 2013.
- Presentaciones de destino: Se hicieron las presentaciones en el marco de “Las semanas de Colombia” en Brasil, Chile y Argentina donde se presentó al producto lujo para fortalecer el conocimiento de este producto.
- Otros: Se está adelantando un estudio sobre este segmento para identificar mejores prácticas y desarrollar el perfil del turista de lujo. Adicionalmente, se presentó el estudio de turismo de Bienestar a actores claves de la industria (PTP y Avia Export).

Nuevos mercados (China, Japón, Corea, Suiza, Holanda, Italia, Australia, Rusia)

- China: Se participó en la Feria de Turismo de Tianjin, por primera vez en la feria WTF (con 2 empresarios) en China promocionado turismo Cultural y Naturaleza. 8 mayoristas de China estuvieron en Colombia Travel Mart, y conocieron la oferta turística de Bogotá, Cartagena y Paisaje Cultural Cafetero. Se participó por tercer año consecutivo en el Roadshow China (en el marco de Mercosur) junto con Argentina, Brasil, Chile, Uruguay y Venezuela. Se diseñó un plan de medios para la divulgación y promoción de la nueva campaña en el canal de televisión CNN Internacional Asia, en la revista Gateway - China Southern Airlines, y a través de activaciones en el aeropuerto de Beijing. Apoyo en el concurso “The Best Destination”

organizado por la revista National Geographic Traveler. Colombia quedó como país ganador y por lo tanto se publicará en esta importante revista un artículo sobre turismo en Colombia.

- **Japón:** Se realizó un seminario de turismo para sensibilizar sobre oferta de turismo Cultural y Naturaleza con participación de 44 empresarios entre agentes de Viajes y mayoristas del mercado. 5 mayoristas de Japón estuvieron en Colombia Travel Mart, donde conocieron la oferta turística de Cartagena, y Paisaje Cultural Cafetero.
- **Corea del Sur:** Participación con presencia institucional de país en la feria de KOFTA, participación que fue galardonada por la operación y display del stand. 5 mayoristas de Corea del Sur participaron en Colombia Travel Mart, donde conocieron la oferta turística de Cartagena, y Paisaje Cultural Cafetero. Se realizó también, la presentación del destino Colombia por invitación de LATAM Airlines Corea ante agencias de viaje Coreanas.
- **Suiza:** Participación de 2 mayoristas de Suiza en la rueda de negocios Colombia Travel Mart en la que tuvieron la oportunidad de visitar la oferta turística de Arqueología de Boyacá y Huila y la oferta de Gastronomía de Medellín y Cali; participación de 1 mayorista y 11 agencias de viajes de Suiza en un fam realizado a Bogotá, Paisaje Cultural Cafetero, Santa Marta y Cartagena (productos de Cultura, Naturaleza y Sol & Playa).
- **Holanda:** Participación de 2 mayoristas en un fam a los destinos de Paisaje Cultural Cafetero y Santa Marta (productos de Cultura, Naturaleza y Sol & Playa). Plan de medios para la divulgación y promoción de la nueva campaña en el canal de televisión Euronews.
- **Italia:** Trabajo proactivo con dos mayoristas (Incentivamos Colombia y Tour 2000) para generar un plan de acción
- **Australia:** participación institucional en el marco de la Alianza Estratégica con Mercosur en el Roadshow en Auckland, Melbourne, Brisbane, y Sydney Australia, acompañado por Argentina, Brasil, Chile, Uruguay y Venezuela. Plan de medios para la divulgación y promoción de la nueva campaña en el canal de televisión CNN Internacional
- **Rusia:** Participación de 5 mayoristas de en Colombia Travel Mart, conociendo la oferta de Gastronomía de Medellín y Cali y la de sol y playa e incentivos para San Andrés Paisaje Cultural Cafetero. Se capacitaron agencias rusas en el producto sol y playa. Participación en la Feria Leisure. Desarrollo y promoción de un paquete multidestino con República Dominicana a través del mayorista Blue para promocionar el producto de cultura en Bogotá.



c. Apoyar a Proimagenes para la promoción de Colombia como destino turístico para la realización de películas (Fondo Fílmico – Ley 1556 de 2012).

Las acciones realizadas de acuerdo con los escenarios donde Colombia debe aparecer y los empresarios también participan fueron:

- Festival de cine de Cannes, (10 empresas)

- Festival de animación de Annecy (7 empresas)
- Location Trade Show en el que se ofreció a Colombia como locación con material promocional
- American Film Market con la participación de 7 empresas.
- Bogotá Audiovisual Market BAM, a la que se apoyó con la traída de 74 compradores que se reunieron con 46 empresas colombianas.
- Festival de cine de Guanajuato donde Colombia fue país invitado y se hizo la promoción de la nueva ley de cine colombiana para atraer la inversión extranjera en proyectos audiovisuales, las locaciones colombianas.
- Participación en TIFF donde se promocionó la nueva ley de cine colombiano para atraer la inversión extranjera en proyectos audiovisuales y los servicios de producción colombianos

También se contrató al consultor Jason Resnick para apoyar la convocatoria de los compradores para en BAM y para conseguir citas estratégicas en Cannes y el Location Trade Show para Proimagenes y los empresarios asistentes.

10.2.3 DESARROLLO EMPRESARIAL

En el PES se define que el Viceministerio de Desarrollo Empresarial “está orientado a fortalecer un ambiente propicio para que Colombia tenga una estructura productiva de bienes y servicios sólida, competitiva e innovadora, que contribuya a la generación de empleos formales y sostenible”. Proexport aporta en las estrategias de aprovechamiento del mercado interno a la internacionalización de las Mipymes.

Del aprovechamiento del mercado interno a la internacionalización de las Mipymes

a. 50 empresas atendidas por Proexport que han hecho parte del Programa Compre Colombiano

Proexport atendió en Programas de Formación Exportadora o de Adecuación, 56 empresas de las que han participado con Propaís, alcanzando un cumplimiento de la meta anual de 112%. Estas empresas son de los departamentos de Antioquia, Bolívar, Caldas, Cundinamarca, Nariño, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, San Andrés y Providencia, Santander y Tolima.

b. 400 Mipymes capacitadas en el proceso de exportación

451 empresarios (cumplimiento del 113% de la meta anual) se graduaron en el Programa de Formación Exportadora, es decir participaron en por lo menos 4 seminarios.

DEPARTAMENTO	Agroindustria	Manufacturas	Prendas de vestir	Servicios	Tradicional	Total
ANTIOQUIA	14	10	6	1		31
ATLÁNTICO	6	2	5	2		15
BOLIVAR		2	18	3		23
BOLIVAR		1	8			9
BOYACÁ	7	2		3	2	14
CALDAS	10	6	14			30
CAQUETA	1					1
CESAR	1	3	1			5
CUNDINAMARCA	25	44	25	14	1	109
HUILA	17					17
MAGDALENA	8		1		1	10
META	2	2		3		7
NARIÑO	3	2		5		10
NORTE DE SANTANDER	2	4	13	1		20
QUINDÍO	11	2	1			14
RISARALDA	2	2	7	8		19
SAN ANDRÉS ISLA				2		2
SANTANDER	9	4	21	1	1	36
TOLIMA	8		10	1	1	20
VALLE	20	20	11	8		59
Total general	146	106	141	52	6	451

Nota: Los seminarios se realizaron en 63 ciudades.

c. 150 Mipymes participantes en programa y/o seminarios de adecuación de oferta exportable

151 empresas participaron en programas y/o seminarios de adecuación de oferta para un cumplimiento del 101% de la meta anual. Igualmente 909 personas estuvieron en los seminarios de sensibilización

Nombre	Departamentos	Empresas
Programa/taller costos	Antioquia, Atlántico, Caldas y Valle del Cauca	35
Diseño y adaptación de colecciones de prendas de vestir a Estados Unidos	Bogotá, Tolima	27
Programa de Adecuación de Prendas de Vestir para Estados Unidos	Caldas, Cauca, Cundinamarca, Quindío, Risaralda, Tolima	41
Programa de Registro de Marca	Antioquia	4
Taller Modelo eSCM - Servicios	Bogotá	10
Piloto Medición Huella de Carbono	Antioquia, Bogotá, Boyacá, Santander, Tolima, Valle del Cauca	10
Programa adecuación TIC's	Bucaramanga	6
Taller de estrategia e identidad de marca	Bogotá	18
TOTAL		151
Seminario Requisitos para Experta Productos Agroalimentarios a Estados Unidos	Antioquia, Atlántico, Caldas, Cauca, Cundinamarca, Quindío, Risaralda, Tolima, Valle del Cauca	360
Seminario conocimiento requisitos mercado canadiense bienes	Antioquia, Atlántico, Bogotá, Bolívar, Cauca, Quindío, Risaralda, Valle del Cauca	196
Seminario conocimiento requisitos mercado canadiense servicios	Antioquia, Atlántico, Bogotá, Bolívar, Valle del Cauca	63
Seminario de estrategia e identidad de marca	Antioquia, Cundinamarca, Santander	68
	streaming	51
Seminario de Responsabilidad Social Empresarial	Caldas, Tolima	72
Seminario HACCP Agroindustria	Antioquia, Atlántico, Boyacá, Caldas, Cauca, Cundinamarca, Quindío, Risaralda, Valle del Cauca	85
Presentación Programa de Adecuación Empaques-Proveedores	Bogotá	14

Por medio de estos programas se busca dar a los empresarios información y asesoría que le permita a los empresarios adecuar sus productos y estrategias de acuerdo con los requerimientos del comprador o del mercado.

10.3 OTROS LOGROS

Alianza Pacifico. Se realizaron:

- El primer encuentro empresarial de la Alianza en el marco de la 7ª Cumbre Presidencial realizada en Cali. Asistieron 334 empresarios provenientes de 14 países.

- La primera macrorrueda organizada por las agencias de promoción (Cali, en el mes de junio) - ProChile, Proexport Colombia, ProMéxico y PromPerú - con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), cuyo objetivo fue el incremento del comercio e inversión intrarregional, con la asistencia de 722 empresarios de los cuales 486 exportadores y 236 compradores. Se desarrollaron cerca de 3.800 citas. El BID presentó un estudio sobre posibles encadenamientos productivos en frutas y sus derivados.
- El II Foro Empresarial en Nueva York en Septiembre, con 356 asistentes y en el que se logró la producción de comerciales de inversión y turismo lanzados en CNN y la producción de la cartilla de la Alianza Pacifico.
- Se realizó un análisis de potencialidad y complementariedad, que dio como resultado un grupo de 500 productos con potencial de comercio interregional. Así mismo, fueron identificadas oportunidades de encadenamientos productivos para conquistar el mercado asiático.
- Se participó en el I Foro de Emprendimiento e Innovación realizado en Chile.

Fortalecimiento de presencia regional con presencia en 20 departamentos en los centros de información y oficinas regionales. Desde los centros de información se realizaron durante el 2013, 2.063 visitas a empresas, identificando un total de 370 empresas con potencial exportador.

Continúa la **estrategia de medios** para dar a conocer las oportunidades. Para ello se generaron:

- 1.790 contenidos generados (informes especiales, insumos para medios, cuestionarios y productos audiovisuales, columnas de opinión entre otros). De los cuales 387 corresponden a contenidos TLC.
- 173 comunicaciones empresariales

Se logró

- Free press nacional: 7.770 publicaciones; \$ 41.117.151.145
- Free press internacional: 6.935 notas publicadas, US\$ 67.942.947,01
- 88 Press trips, con 306 periodistas traídos a Colombia (para todos los ejes)

- Se continua de uso de herramientas digitales que ha permitido alcanzar durante el 2013, las siguientes visitas a los sitios y micrositos:
 - Portal de exportaciones: www.colombiatrader.com.co, 479,228 visitas
 - Micrositio de TLC - Estados Unidos (Español): <http://tlc-eeuu.proexport.com.co>, 59,273 visitas
 - Micrositio de FTA - Estados Unidos (Inglés): <http://fta-us.proexport.com.co>, 5,235 visitas
 - Micrositio de IT Services: <http://www.proexport.com.co/eng/ITservices/>, 250 visitas
 - Micrositio de la Unión Europea (Español): <http://ue.proexport.com.co/>, 9.757 visitas
 - Micrositio de la Unión Europea (inglés): <http://eu.proexport.com.co/>, 51 visitas
 - Micrositio de Salud (Español): <http://www.proexport.com.co/salud-colombia>, 46.359 visitas

- Micrositio de Salud (Inglés): <http://www.proexport.com.co/en/health-colombia>, 4.374 visitas
 - Ruta Exportadora: <http://www.proexport.com.co/ruta-exportadora>, 66.452 visitas
 - Catálogo de la oferta exportable colombiana: <http://catalogo.proexport.com.co/>, 113.267 visitas
 - Portal inversión (español): www.inviertaencolombia.com, 287.830 visitas
 - Portal inversión (inglés): www.investincolombia.com, 53.689 visitas
 - Portal inversión colombianos en el exterior www.colombiainvierte.com, 1.882 visitas
 - Está a disponibilidad de las empresas colombianas, operadores y mayoristas del mundo una completa página web con traducción a 6 idiomas con los atractivos turísticos y las experiencias únicas que ofrece el país.
 - Aplicación Colombia Travel: descargas Android 7.302 - iPhone 14.403
 - Portal Turismo (Colombia.travel): 8.353.895 visitas
 - Micrositio Colombia es realismo mágico: 84.750 visitas
- Se continúa con la búsqueda de recursos cooperación internacional y nacional para fortalecer la gestión. En el 2013 se apalancaron más de \$7.600 millones que beneficiaron a más de 2.000 empresas que participaron en seminarios especializados, asistencia técnica, programas de adecuación de oferta, actividades de promoción comercial e información de mercados, entre otros. Entre los logros se destacan:
- Aprobación del primer programa de transferencia de conocimiento coreano para Proexport que abarca temas de exportaciones e inversión.
 - Ampliar el apoyo por parte de la cooperación Suiza, al sector de accesorios para el hogar, así como una misión de compradores para el sector de ingredientes naturales.
 - Ampliar el apoyo del Programa ECP de Turismo de Holanda para beneficio de un mayor número de empresas del sector.
 - La aprobación de 3 proyectos adicionales para el aprovechamiento de TLC con Canadá, lo que hace que Proexport se haya convertido en el aliado de CATRTA con mayor número de proyectos en el país.
 - Aprobación de un proyecto de fortalecimiento de la promoción turística de Colombia por parte de la agencia de cooperación tailandesa.
- En el 2013, Proexport recibió auditoría de seguimiento al Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2008 por parte de ICONTEC, manteniendo el Certificado de Gestión de Calidad.

10.4 RETOS 2014

Proexport continuará realizando la promoción internacional del país con el fin de contribuir al logro de las metas de Gobierno en exportaciones, inversión extranjera directa y turismo internacional, al crecimiento económico sostenible y a la generación de empleo. Para ello tiene previsto:

- Continuar con la promoción de Colombia como destino de inversión extranjera directa en sectores estratégicos (PTP, I+D+i entre otros), y como plataforma exportadora para el aprovechamiento de acuerdos comerciales que permitan generar oportunidades para que inversionistas extranjeros inicien proyectos en Colombia por un monto de US\$1.700 millones con una generación de 18.000 empleos durante el tiempo de su ejecución. Para ello se tiene previsto la realización de 120 seminarios de promoción, el trabajo con los aliados regionales y el acompañamiento al inversionista, entre otros.
- Continuar con la estrategia de aprovechamiento de acuerdos comerciales con especial énfasis en Estados Unidos, Canadá y Unión Europea, diversificación de mercados, encadenamientos productivos e innovación de productos, que permita generar oportunidades para que 1.776 empresas colombianas concreten negocios por un valor estimado de US\$1.800 millones en exportaciones de bienes y servicios.
- Continuar con la promoción de Colombia como destino de turismo vacacional y de reuniones que contribuya en la generación de oportunidades para que 1.200.000 viajeros internacionales de 41 mercados visiten Colombia como resultado de la gestión realizada con operadores o mayoristas. Apoyar a empresarios o asociaciones en las acciones que permitan captar 120 eventos (Congresos, convenciones, incentivos y golf) para que sean realizados en Colombia.
- Continuar con el aprovechamiento de las alianzas internacionales para llegar a nuevos mercados en conjunto y fortalecer el mercado intrarregional a través de la Alianza Pacífico.
- Continuar con la identificación, capacitación y adecuación de la oferta exportadora de las pymes a través de los Centros de Información en 22 ciudades y los aliados regionales. Para ello se tiene previsto, la participación de alrededor de 22.600 personas en programas de formación exportadora, la realización de 5 misiones exploratorias y la divulgación de las oportunidades de mercado mediante seminarios en todo el territorio nacional.