



# **PROCOLOMBIA**

EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

## **INFORME DE GESTIÓN 2014**

Bogotá, Enero 2015

## Índice

17.	<b>PROCOLOMBIA</b>	1
	<u>    </u> Introducción	1
17.1.	<b>LOGROS 2014</b>	3
17.2.	<b>PLANEACIÓN ESTRATÉGICA SECTORIAL</b>	5
17.2.1.	<b>Internacionalización de la Economía</b>	5
17.2.1.1	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.	11
b.	Monto de negocios de exportación realizados por los empresarios	12
c.	Número de empresas con negocios.	12
17.2.1.2	Promover a Colombia como destino de inversión extranjera directa (IED) en sectores estratégicos	15
a.	Seminarios de promoción de Colombia como destino de inversión	17
b.	Monto de los proyectos de Inversión iniciados por inversionistas extranjeros	17
c.	Empleos estimados en los proyectos de inversión	18
17.2.1.3	Inversión de colombianos en el exterior	18
17.2.2	<b>Turismo de Clase Mundial</b>	21
17.2.1.1.	Viajeros Internacionales (indicador no incluido en PES)	23
17.2.2.2	Plan de Mercadeo Internacional	24
17.2.2.3.	Eventos Captados	26
17.2.3	<b>Desarrollo Empresarial</b>	28
a.	50 empresas atendidas por ProColombia 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	29
17.3	<b>OTROS TEMAS</b>	30
17.4	<b>RETOS 2015</b>	35

## 17. PROCOLOMBIA

### Introducción

Durante el año 2014, la economía mundial dejó atrás la crisis pero sin tener la evolución esperada, la tasa de crecimiento mundial aumentó al 2,6% frente a 2,4% de 2013. Diferentes hechos hicieron parte de este panorama: el desempeño heterogéneo de los países desarrollados, un menor crecimiento potencial de las economías emergentes y, la dinámica a la baja de los precios de las materias primas, entre otros.

Frente a este contexto internacional, Colombia sigue perfilándose en Latinoamérica y el mundo como una opción de mercado para hacer negocios. La economía colombiana se ubicó en tercer lugar en América Latina caracterizándose por ser uno de los países con mayor estabilidad económica en la región. El crecimiento de Colombia se espera alcance 4,5% por encima del promedio de América Latina y el Caribe que la Cepal estima en 1.1%. Adicionalmente, el país ha logrado multiplicar por tres su PIB per cápita en una década pasando de US\$2.769 en el año 2000 a US\$8.478 en 2013 y la clase media representa aproximadamente el 25% de la población colombiana (Estimación Fedesarrollo, 2013).

Importantes aspectos caracterizaron el año 2014 para el país. Primero, según el Doing Business 2015, Colombia se ubica como el nuevo líder en Latinoamérica con el mejor clima para los negocios superando importantes economías de la región como son Perú, México, Chile y Panamá, además se mantiene como el referente en la región por las reformas implementadas para facilitar los negocios, desde 2005 el país ha implementado 29 reformas.

Segundo, las condiciones económicas del país siguen siendo validadas a nivel internacional: las tres calificadoras de riesgo más importantes (S&P, Fitch y Moody's) mantienen el grado de inversión a Colombia. En 2014, Moody's elevó la calificación del país de Baa3 a Baa2 como resultado de las expectativas de consolidación fiscal, predictibilidad de la política económica y solidez de la economía para enfrentar choques externos.

Tercero, este contexto económico en el que se desenvuelve Colombia continúa generando un ambiente propicio para hacer negocios, el crecimiento, la confianza y las oportunidades han sido factores clave para que los empresarios le apuesten a Colombia y esto se ha visto reflejado en los registros de inversión directa extranjera que se estima alcance una cifra cercana al 2013 cuando el país registró record de inversión extranjera directa con USD\$16.198 millones. A nivel sectorial, se evidencia un cambio en la composición del tipo de IED, la participación en el sector de petróleo y minas se ha reducido, como se podrá ver en el informe.

En cuanto a las exportaciones totales del país, a noviembre alcanzaron US\$51.060 millones, valor inferior en un 4,7% al observado en el mismo periodo del 2013 cuando registraron US\$53.551 millones, este comportamiento se explica principalmente por la caída de las exportaciones mineras, ya que las exportaciones no mineras sin café, también presentan una disminución de 3,2% frente a igual período del año anterior.

Respecto al turismo, según Migración Colombia, la llegada de extranjeros no residentes al país a noviembre de 2014 registró 1.760.254, 13,5% por encima de la cifra de igual periodo del año anterior. En el mismo periodo, el número de visitantes en cruceros registró un crecimiento del 8% (278.714) según autoridades portuarias.

### **ProColombia, promotor de Colombia en el mundo y de la internacionalización del país**

Como organismo de promoción de las exportaciones no minero energéticas, la inversión extranjera directa, la inversión de Colombia en el exterior, el turismo internacional y la marca país, la gestión de ProColombia en 2014 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 comercio, industria y turismo 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, ProColombia organizó 102 seminarios de promoción en 26 países y 6 en Colombia para un total de 108. Resultado de la promoción y atención personalizada a los inversionistas, se recibió información sobre el inicio de 62 proyectos de inversión por un monto de US\$2.658 millones desde 18 países que esperan generar 41.147 empleos.

En materia de exportaciones, ProColombia continuó con la estrategia de aprovechamiento de acuerdos comerciales, en especial el Tratado de Libre Comercio de Estados Unidos, principal socio comercial de Colombia y Unión Europea. Más de 400 actividades realizadas en 2014, seminarios de divulgación de oportunidades, misiones exploratorias, programas de adecuación de oferta exportable, participación en ferias internacionales, misiones de compradores, ruedas y macrorruedas de negocios permitieron que 2.207 empresas colombianas de 23 departamentos reportaran negocios de exportación por US\$1.962 millones.

En la promoción internacional del turismo, ProColombia continúa dando a conocer los diferentes productos turísticos a nivel internacional con la campaña Colombia, Realismo Mágico

lanzada en 2013 que busca 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 dio continuidad a 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 1’611.099 viajeros internacionales visitaran el país para disfrutar de los diferentes destinos y productos.

Así mismo, en turismo de reuniones, la labor de ProColombia en actividades de promoción y acompañamiento a las distintas asociaciones y organizaciones permitió la captación de 3 grandes eventos, 32 congresos, 37 convenciones corporativas, 55 viajes de incentivos y 4 eventos de golf, que se realizarán en Colombia en los próximos años.

Para 2014, la regionalización continúa siendo una estrategia transversal a los ejes de negocio, mediante la 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 se resaltan dos de los reconocimientos recibidos en 2014. ProColombia fue reconocida como la Mejor Organización de promoción de exportaciones de países en desarrollo por el International Trade Centre – ITC en los TPO Network Awards Dubái 2014. La iniciativa galardonada fue el PSM 2.0 (ProColombia Selling Methodology 2.0), que permite a los empresarios desarrollar y adecuar su oferta para el mercado internacional según tendencias y requerimiento de los consumidores. El segundo reconocimiento tiene que ver con el ranking 2014 publicado por Great Place to Work Institute donde ProColombia nuevamente se ubica entre las 10 mejores empresas para trabajar en Colombia (puesto séptimo) en la categoría de hasta 500 colaboradores.

Estos reconocimientos generan mayores retos para continuar en 2015 contribuyendo a la comunidad empresarial en Colombia y buscando cada vez más oportunidades de negocio para el país.

## **17.1. LOGROS 2014**

1. En noviembre Proexport evoluciona a ProColombia este cambio trae nuevos retos como potenciar aún más la imagen de Colombia, el desarrollo empresarial a través de la

internacionalización, y el aumento del número de empresas exportadoras con nuevas iniciativas como los programas Mipyme internacional, Mentor Exportador, y el trabajo con multinacionales y multilatinas, entre otros.

2. A ProColombia se integra la marca país para incrementar el posicionamiento de la imagen de Colombia en el exterior y sacar mayor provecho al mayor activo del país, su nombre. ProColombia y la marca país han trabajado siempre juntas, pero ahora se integraron para continuar potenciando sus roles y gestionar la comunicación institucional en el exterior.
3. 62 proyectos de inversión fueron iniciados en 11 departamentos con un valor estimado de US\$2.658 millones y proyección de generar 41.147 empleos de acuerdo con la información entregada por inversionistas de 18 países.
4. 238 oportunidades de inversión de empresas colombianas en el exterior han sido detectadas del trabajo con 256 empresas.
5. 2.207 empresas colombianas de 23 departamentos informaron a ProColombia la realización de negocios de exportaciones por US\$1.962 millones con 4.632 compradores de 112 países.
6. Identificación de nueva oferta exportable. Se visitaron 1.771 empresas para validar su interés y potencialidad exportadora. A diciembre se continúa trabajando con 1.099 empresas, de las cuales ya están participando o están próximas a participar en actividades comerciales 296.
7. 1.611.099 viajeros internacionales de 36 países arribaron a Colombia como resultado de la gestión de ProColombia con 238 operadores turísticos de 36 países. 131 eventos serán realizados en Colombia (entre los cuales 32 son congresos) informaron los diferentes empresarios de turismo de reuniones quienes estiman una participación de 4.862 personas.
8. 100% de cubrimiento del territorio nacional, por segundo año consecutivo, a través de los seminarios de divulgación de oportunidades que ofrecen los diferentes mercados en especial con los que Colombia tiene acuerdos comerciales vigentes y con los seminarios de capacitación del Programa de Formación Exportadora. Más de 850 seminarios en 40 ciudades realizados con la asistencia de más de 35.000 personas (de forma presencial, por videoconferencia y streaming).
9. ProColombia publicó el primer informe de sostenibilidad siguiendo los lineamientos internacionales de la metodología Global Reporting Initiative- GRI y acorde a la norma ISO 26000, con el objetivo de divulgar los avances, mejoras y prácticas en esta materia.

La Organización fue la segunda del sector de Comercio, Industria y Turismo en hacer este tipo de informe.

10. ProColombia fue reconocida como la Mejor Organización de Promoción de Exportaciones de países en desarrollo por el International Trade Centre – ITC en los TPO Network Awards Dubái 2014. La iniciativa galardonada fue el PSM 2.0 (ProColombia Selling Methodology 2.0) permite a los empresarios desarrollar y adecuar su oferta para el mercado internacional según tendencias y requerimiento de los consumidores; de nuevo se ubica entre las 10 mejores empresas para trabajar en Colombia (puesto séptimo) en la categoría de hasta 500 colaboradores según el ranking 2014 publicado por Great Place to Work Institute.

## **17.2. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA 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 Juan Manuel 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

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

### **17.2.1. Internacionalización 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”. ProColombia 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.

#### **17.2.1.1 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**

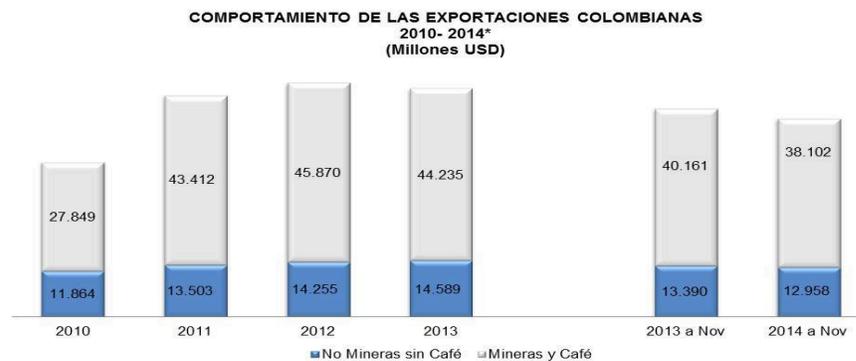
ProColombia en su labor de promover las exportaciones de bienes (no minero–energéticos) y servicios en los mercados internacionales de acuerdo con la demanda, busca en Colombia la

oferta exportadora y con potencial y, entrega información sobre tendencias y dinámicas de consumo de productos en los mercados internacionales.

En su relacionamiento con los empresarios, hace seguimiento a las necesidades y requerimientos de compradores internacionales y empresarios colombianos, a las oportunidades comerciales que ellos están gestionando y a los negocios realizados obtenidos como resultado de alguna labor ejecutada por la organización. Estos datos son los que ProColombia informa como resultado directo en el Sistema Nacional de Evaluación de Gestión y Resultados (Sinergia) y en el Plan Estratégico del Sector (PES). Como complemento, se presenta un análisis de las cifras país, referente permanente para la labor y estrategias de la Organización.

Las exportaciones colombianas al igual que las de otros países exportadores de minerales han disminuido en los dos últimos años. En 2013 presentaron una disminución de 2,2% y en los once primeros meses de 2014, la caída es de 4.7% comparada con igual periodo de 2013. El monto de las exportaciones totales a noviembre era de US\$51.060 millones.

Las exportaciones no mineras sin café, decrecieron en el período enero – noviembre de 2014 3,2% frente a la cifra del mismo período del año anterior, debido principalmente a los mayores decrecimientos de los sectores pecuario (75,6%), vehículos y otros medios de transporte (37,9%) y metalmecánica (10,3%). Por otro lado, los sectores destacados con crecimientos positivos son agroindustria (21,9%), agrícola (13,8%), energía eléctrica (95%), envases/empaques (14,6%) y flores y plantas vivas (2,8%).



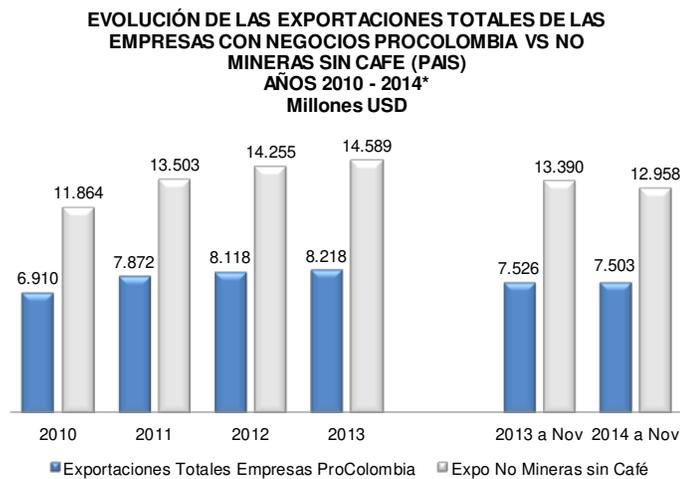
Fuente: DANE, MinCIT, cálculos ProColombia

\*Cifras de enero a noviembre

En cuanto a destinos, las exportaciones de productos no mineros sin café a noviembre de 2014 se dirigieron en orden de participación a Estados Unidos (20%), Ecuador (13%), Venezuela (12,2%), países de la Unión Europea (10,7%), Perú (7%), Brasil (6,1%), México (5,4%), Chile (3,1%) y otros (22,3%).

Los destinos con mayores crecimientos de las exportaciones no mineras en valores netos, fueron en su orden: Estados Unidos (6,6%), Italia (64,1%), Países Bajos (25,8%), Reino Unido (26,9%) y Honduras (28%).

En cuanto al comportamiento de las exportaciones de las empresas que han reportado negocios a ProColombia, éstas muestran una disminución de sólo el 0,3% mientras las no mineras y café totales lo hicieron al 4,7% como enunció anteriormente. El comportamiento de unas y otras puede consultarse en la siguiente gráfica:



Fuente: DANE, MinCIT, cálculos ProColombia.

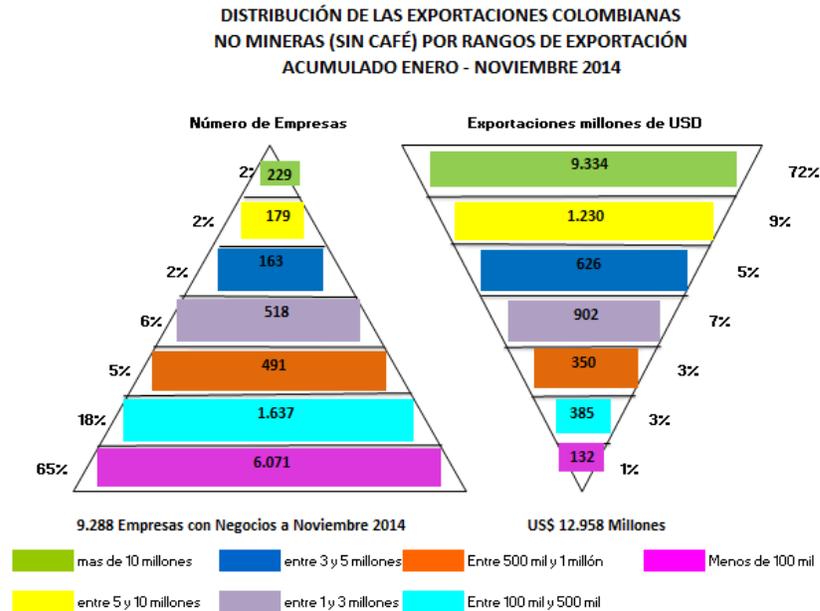
\*enero - noviembre

La participación de las exportaciones totales de las empresas apoyadas por ProColombia como porcentaje de las exportaciones no mineras sin café, se redujo en 2% durante el período 2010-2013, al pasar del 58% en 2009 al 56% en 2013, sin embargo comparando el porcentaje a noviembre de 2014 con respecto a igual período del año 2013, la proporción se ha incrementado en dos puntos porcentuales, como puede consultarse en la siguiente gráfica:



Fuente: DANE, MinCIT, cálculos ProColombia

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 2014,



Fuente: DANE, cálculos ProColombia

Al comparar los datos de enero a noviembre de 2014 con igual período del 2013, se presenta una leve disminución (35 empresas) en el número total de empresas exportadoras no mineras sin café, al pasar de 9.323 a 9.288. En cuanto al valor, como se comentó anteriormente se presenta una disminución de US\$431,6 millones.

A noviembre de 2014, 229 empresas exportan más de US\$10 millones y aportan el 72% de las exportaciones de productos no mineros sin café (US\$9.334 millones), mientras que 6.071 empresas exportan menos de US\$100 mil y aportan el 1% (US\$132 millones) del total exportado.

Comparando la pirámide en cada rango con respecto al del año anterior, el número de empresas aumenta en el rango más bajo de exportaciones (menos de US\$100 mil) en 456 empresas y US\$22,6 millones, mientras que en los demás rangos disminuye en 491 empresas y US\$454,2 millones.

### **Cruce cifras DANE con oportunidades empresas ProColombia**

Con base en las 3.274 empresas que reportaron nuevas oportunidades de negocio durante el 2014 y aquellas que reportaron negocios de oportunidades de años anteriores a ProColombia,

se analiza la concentración del número de empresas y monto de negocios por rango de exportaciones, se obtiene que el 85% exportan menos de un millón de dólares y 2.140 exportan menos de US\$100.000, como se detalla a continuación:

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

Rango Exportaciones	No. de empresas que reportan oportunidades	% Participación	% Acumulado	Exportaciones totales (según DANE) de las empresas apoyadas con oportunidades <sup>1</sup> Enero - diciembre 2014	Negocios de exportaciones reportados a ProColombia <sup>2</sup> Enero - diciembre 2014
X < 100 Mil	2.140	65%	65%	15.688.136	80.741.787
100 mil ≤ X < 500 Mil	457	14%	79%	72.111.514	75.366.098
500 Mil ≤ X < 1 Millón	175	5%	85%	91.486.414	73.657.368
1 Millón ≤ X < 3 Millones	219	7%	91%	349.947.323	210.685.829
3 Millones ≤ X < 5 Millones	83	3%	94%	280.961.050	98.333.165
5 Millones ≤ X < 10 Millones	91	3%	97%	526.531.703	249.246.269
X ≥ 10 Millones	109	3%	100%	4.996.892.279	1.173.473.205
<b>Total General</b>	<b>3.274</b>	<b>100%</b>		<b>6.333.618.420</b>	<b>1.961.503.722</b>

Fuente: DANE – Cálculos ProColombia

1. Exportaciones totales (no mineras sin café) de las empresas que cuentan con oportunidades apoyadas por ProColombia durante el 2014.

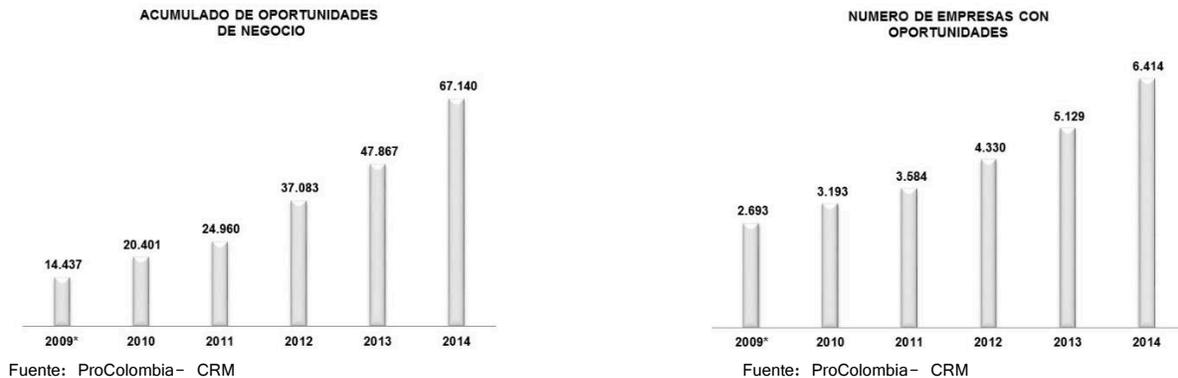
2. De acuerdo con la información entregada por las empresas atendidas por ProColombia, cifras a 31 de diciembre 2014.

**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 ProColombia.

En cuanto al monto de los negocios reportados por los empresarios, el mayor aporte, al igual que a nivel país según cifras DANE, proviene de las 109 empresas con exportaciones superiores a US\$10 millones, las cuales informaron a ProColombia haber realizado negocios por US\$1.173 millones. Este monto equivale al 60% de los negocios facilitados por ProColombia, uno de los cuales representa el 17% de los resultados totales y corresponde a servicios de ingeniería y construcción.

## Oportunidades de negocios de las empresas apoyadas por ProColombia

En 2014, 19.273 nuevas oportunidades de negocios fueron informadas a ProColombia por los empresarios. En los gráficos siguientes se puede observar el comportamiento acumulado (últimos 6 años) del número de oportunidades de negocio que han sido informados por 6.414 empresas como resultado de alguna gestión realizada.



## Indicador de permanencia de empresas exportadoras

Con este indicador, ProColombia monitorea la permanencia de las empresas exportadoras del año inmediatamente anterior con respecto a las exportaciones en 2014 de estas mismas empresas según fuente DANE.

Como se muestra en el cuadro siguiente, el indicador general es del 49%, es decir de las 1.921 empresas que realizaron negocios por alguna gestión de ProColombia durante 2013, 946 siguieron exportando en 2014 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 ProColombia, y las empresas que han reportado negocios (hacen el contacto y negociación durante las actividades de promoción) y hacen la exportación de manera indirecta SIA (Sociedad de Intermediación Aduanera) u otra empresa. Comparado con el año anterior el indicador presenta una disminución que puede estar explicada por los buenos resultados que están teniendo algunos empresarios en el mercado nacional, entre otros.

**INDICADOR PERMANENCIA DE EMPRESAS EXPORTADORAS**

SECTOR <sup>2</sup>	No empresas con negocios ProColombia en 2013 (T-1)	Permanecen exportando en 2014 <sup>1</sup> (T)	Indicador de Permanencia (P)
AGROINDUSTRIA	378	207	55%
MANUFACTURAS	539	344	64%
PRENDAS	839	331	39%
SERVICIOS <sup>3</sup>	165	64	39%
<b>Total general</b>	<b>1.921</b>	<b>946</b>	<b>49%</b>

Fuente: DANE - Cálculos ProColombia

1. Exportaciones a Noviembre según DANE.

2. Se hace salvedad sobre la contabilización de las empresas apoyadas con negocios en 2013 y que no se detectan sus exportaciones según fuente DANE, ya que exportan a través de comercializadoras, Sociedad 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.

ProColombia continuó con los seminarios de divulgación de las oportunidades que ofrecen los diferentes mercados en especial los mercados con acuerdos comerciales para motivar a los productores/exportadores a aprovecharlas y desarrolló actividades generales de aprovechamiento de los acuerdos comerciales y programas de exportaciones de bienes y servicios en sectores estratégicos y en sectores del Programa de Transformación Productiva, cuyos resultados son reportados en su respectivo informe de gestión.

**a. Seminarios de divulgación de oportunidades de exportaciones.**

Durante 2014, los seminarios trataron temas generales y especializados como normas de origen, requisitos fitosanitarios, la forma de entrar a un canal de distribución, o aprovechar las compras públicas, entre otros, para dar a los empresarios toda la información que le permite acortar el tiempo para aprovechar las oportunidades que ofrecen los mercados. La meta del año se cumplió en 117% con la realización de 27 seminarios, en los que participaron más de 6.100 personas de 25 departamentos (los seminarios se realizaron de forma presencial en algunas ciudades, fueron transmitidos por videoconferencia a Cámaras de Comercio y aliados regionales y por streaming).



Seminario de oportunidades sector videojuegos, 2015

De igual manera, ProColombia se encargó de hacerle llegar a exportadores y potenciales exportadores y compradores internacionales información valiosa y a la medida que le permitiera acercar la oferta con la demanda a través de múltiples herramientas de promoción de la mano de las nuevas tecnologías. Entre estas herramientas se implementó la Ruta Exportadora para precederos, el



identificador de oportunidades comerciales, las revistas de las oportunidades para las diferentes regiones colombianas, y periódicos, entre otros, todo disponible en la página web.

**b. Monto de negocios de exportación realizados por los empresarios**

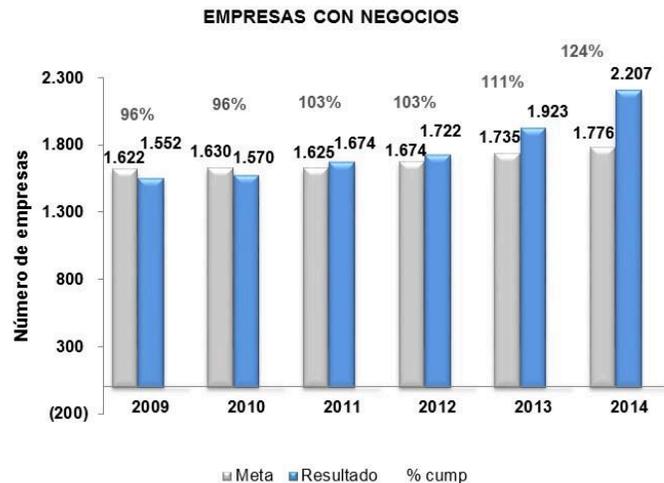
Como resultado de diferentes actividades y gestión de promoción, durante 2014 los empresarios informaron a ProColombia, 19.273 nuevas oportunidades de negocio y la realización de negocios por un monto de US\$1.962 millones, similar al resultado del año pasado. En los dos últimos años, los dos negocios más grandes reportados corresponden al sector de Ingeniería y Construcción y son del orden de los US\$350 millones. De los resultados obtenidos el 36% corresponden a sectores del Programa de Transformación Productiva (PTP). Se logra un cumplimiento de 109% sobre la meta anual.



Fuente: ProColombia - CRM

**c. Número de empresas con negocios.**

Durante 2014, los negocios de los que recibió información ProColombia fueron realizados por 2.207 empresas colombianas, para un cumplimiento del 124% de la meta. El 61% de éstas (1.341 empresas) son de sectores PTP. Este número significa un crecimiento de empresas con negocio del 15% en el último año y un 32% respecto al 2011.



Fuente: ProColombia – CRM

### Actividades de promoción.

- Más de 1.800 empresarios participaron en 89 ferias internacionales y encuentros de negocios en 28 mercados, algunas de ellas son: Fruit Logística, Biofach, CEBIT y Feria del Libro de Frankfurt en Alemania; Mercado de Industrias culturales del Sur en Argentina; Expobeauty en Aruba y Curazao; Fine Food en Australia; Rio Content Market y Rueda de Negocios para empresas de Software y Contenidos Digitales en Brasil; Sial Montreal en Canadá; Sial Shanghái en China; Seúl Food y Seúl Café Show en Corea del Sur; Agriflor en Ecuador; Gulfood Dubái en Emiratos Árabes; Mobile World Congress, Alimentaria Barcelona y Womex en España; Rueda de Negocios Servicios en New York, Game Developers Conference, Emerge Americas, Swim Show y World Medical Tourism & Global Healthcare Congress en Estados Unidos; Festival de animación Annecy, Who's Next, Maison & Objects y Mode City en Francia; IFTF en Holanda; Annapourna en India; Cosmoprof Bologna en Italia; Foodex y Tiffcom en Japón; Intermoda, LAC Flavors y Feria del Libro de Guadalajara en México; CLAB en Panamá; Excon en Perú, Flower Expo en Rusia; World Food Estambul en Turquía; Expoaladi en Uruguay, entre otras.



- o 17.000 citas entre 1.308 compradores internacionales y 1.962 exportadores fueron concertadas en las tres (3) macrorruedas de negocios realizadas en Colombia (Bogotá) y en el exterior (Perú y México) en las que se reportaron expectativas de negocios para las empresas colombianas por valor de US\$464 millones.

Sin lugar a duda, la Macrorrueda 50 (Bogotá, febrero 2014) se constituyó en un escenario diferenciador para el encuentro de 1.796 empresas colombianas (80% mipymes) de 22 departamentos con 1.175 compradores de 56 países quienes tuvieron alrededor de 16.000 citas de negocios, en las que reportaron expectativas de negocio por US\$417 millones.



Otros, de magnitudes diferentes, fueron:

- Encuentro Empresarial Andino (Lima, abril 2014) tercera versión organizada en conjunto con los países de la CAN, con expectativas de negocio por US\$32 millones entre 109 empresas colombianas y 88 compradores de Bolivia, Chile, Ecuador y Perú en más de 700 citas de negocios realizadas.



- Alianza Pacífico (Puerto Vallarta, junio 2014) segunda versión en la que 57 empresas colombianas de 8 departamentos y 45 compradores de 6 países tuvieron lugar en más de 450 citas de negocios generaron expectativas de negocios por US\$14,8 millones. Adicional a los países miembros de la Alianza Pacífico, se contó con la participación de compradores de China, Corea del Sur y Japón.



- Con el fin de dar a conocer los mercados y que los empresarios identifiquen su potencialidad se realizaron 12 misiones exploratorias a 7 mercados con la participación de 96 empresas. 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. Durante 2014, se utilizó igualmente la herramienta de telepresencia para hacer jornadas de validación de productos en las que compradores internacionales hacían una retroalimentación virtual a los potenciales exportadores sobre los productos.

- Para contribuir a generar nueva oferta exportadora, ProColombia viene trabajando en la identificación de nueva oferta en las diferentes regiones de Colombia. Se visitaron 1.771 empresas en 25 departamentos para validar su interés y potencialidad exportadora; a diciembre se continúa trabajando con 1.099 empresas (22 departamentos). Actualmente están en capacitación, asesoría especializada, programas de adecuación de su producto a los requerimientos del mercado y comprador e inclusive más de 230 ya han participado o están próximas a participar en actividades comerciales.
- Adicionalmente ProColombia en 2014, puso a disposición de los empresarios la herramienta de telepresencia que permite validar el producto con expertos o compradores o llevar a cabo agendas virtuales con el objetivo de mejorar los productos antes de una visita comercial o ahorran costos de desplazamiento y tiempo para la cita de negocios.

#### **17.2.1.2 Promover a Colombia como destino de inversión extranjera directa (IED) en sectores estratégicos**

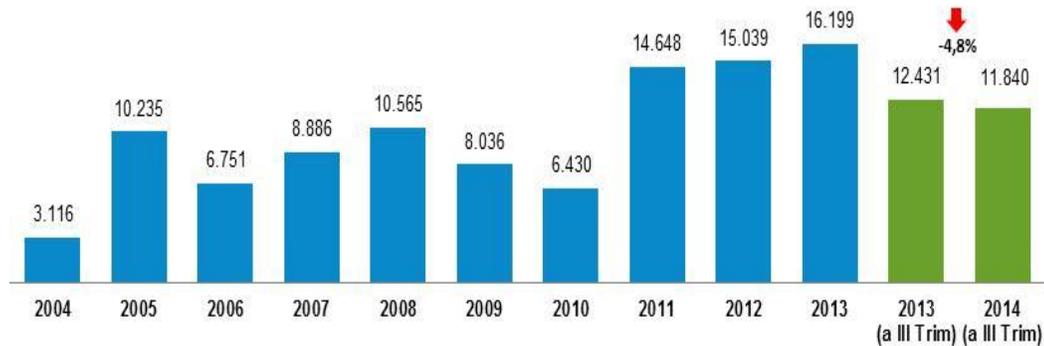
Por directriz Presidencial, Proexport asumió desde el 2004 la promoción de la Inversión Extranjera Directa. La delegación oficial de estas funciones se hizo mediante el Decreto 4337 del 22 de diciembre de 2004, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Colombia ha logrado sobre la base de la implementación de un conjunto de reformas ubicarse como el destino más amigable en América Latina para hacer negocios, de acuerdo con el Doing Business 2015 del Banco Mundial, superando en su orden a Perú, México, Chile y Panamá.

Adicionalmente, el buen manejo de la política monetaria y fiscal contribuyó a que las tres calificadoras de riesgo más importantes (S&P, Fitch y Moody's) le otorgaran Grado de Inversión a Colombia. 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+.

En julio de 2014, Moody's elevó su calificación de Colombia de Baa3 a Baa2, 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. Estos factores impulsaron el crecimiento de la IED alcanzando el flujo más alto en año completo al cierre 2013. Para el 2014, según las cifras del Banco de la República por balanza de pagos, entre enero y septiembre la IED en Colombia disminuyó 4,8% (US\$591 millones) en comparación con lo registrado en el mismo periodo de 2013. Entre los factores principales que acompañan la caída de 2014, está la disminución de las inversiones de petróleo y minería.

**Flujo de IED en Colombia  
2004 - I Semestre 2014 (US\$ millones)**

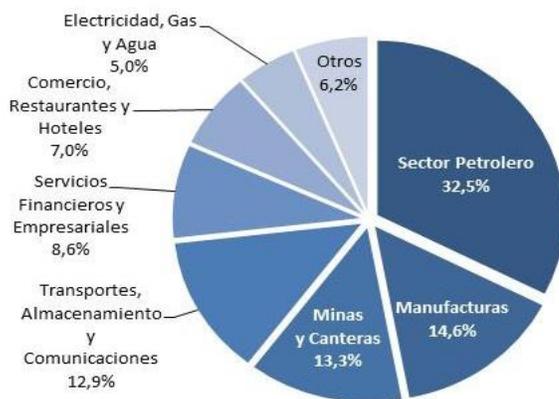


Fuente: Balanza de pagos- Banco de la República

A nivel sectorial, de enero a septiembre de 2014, la participación del sector de petróleo y minas en el total de la inversión recibida se redujo a 45,7% como consecuencia de la disminución de 14,7% respecto a igual periodo del año anterior. Los demás sectores presentaron un crecimiento del 5,6% incrementando su participación en el total de la IED en Colombia a 54,3% (US\$6.427millones).

De estos sectores, los que presentan las mayores tasas de crecimiento en la recepción de IED durante el periodo analizado fueron: construcción; electricidad, gas y agua; transporte, almacenamiento y comunicaciones.

**Flujos de IED, por sectores, 2014 (a III Trim)**



Variación en la recepción de IED 2013 (ene-sep vs. 2014 (ene-sep)	
<b>Petróleo y minas</b>	<b>-14,7%</b>
<b>Otros Sectores</b>	<b>5,6%</b>
<b>Total IED</b>	<b>-4,8%</b>

Fuente: Balanza de pagos - Banco de la República

**a. Seminarios de promoción de Colombia como destino de inversión**

Durante el año 2014, se realizaron 108 seminarios de promoción de inversión (cumplimiento del 108% de la meta prevista) de los cuales 102 se realizaron en 26 países (ver mapa) y 6 en Colombia. Se presentaron oportunidades de inversión en agroindustria, autopartes, bienes y servicios petroleros, biotecnología, calzado, energía, entre otros.

**PAÍSES DONDE SE REALIZARON LOS SEMINARIOS DE INVERSIÓN 2014**

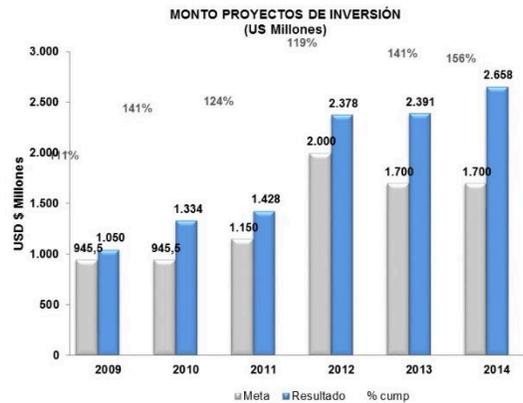


Fuente: ProColombia

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: Holanda, China, Canadá, España, Alemania, Australia, Turquía.

**b. Monto de los proyectos de Inversión iniciados por inversionistas extranjeros**

Producto de las diferentes acciones de promoción y el acompañamiento a los empresarios, durante 2014 los inversionistas informaron el inicio de 62 proyectos con una inversión estimada de US\$2.658 millones, lo que representa un cumplimiento del 156% de la meta propuesta. El 52% de los resultados lo explican 4 proyectos de los sectores de infraestructura, químico, fondos de inversión y metalmecánico y US\$634 millones corresponden a sectores del Programa de Transformación Productiva.



Los proyectos se desarrollan en 11 departamentos (Antioquia, Atlántico, Bolívar, Cauca, Cesar, Cundinamarca, Magdalena, Meta, Nariño, Risaralda, Valle del Cauca) y la inversión proviene de los siguientes 18 países: Alemania (4), Brasil (1), Canadá (6), Chile (1), Costa Rica (1), Dinamarca (1), España (5), Estados Unidos (19), Francia (1), Guatemala (3), India (4), Japón (2), México (3), Perú (2), Portugal (3), Puerto Rico (3), Reino Unido (2) y Uruguay (1).

Las inversiones se realizarán en: Fondos de inversión, infraestructura, químico, metalmecánica, forestal, servicios de TI, infraestructura en turismo, lácteo, entre otros. Algunas de las inversiones son: Hero MotoCorp en Vehículos y otros medios de transporte (India), Prebuild en materiales de construcción (Portugal), Furukawa (Brasil), Hyatt Latinoamérica y Hilton Worldwilde en turismo (Estados Unidos).

### c. Empleos estimados en los proyectos de inversión

Los inversionistas estiman generar 41.147 empleos con los proyectos iniciados, lo que representa un cumplimiento del 229% de la meta prevista. El 67% de los resultados lo explican dos proyectos: uno de infraestructura y otro de Servicios de TI y, 23.291 corresponden a proyectos en sectores del Programa de Transformación Productiva.

#### 17.2.1.3 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. Las empresas inversionistas en el exterior pueden aprovechar nuevos mercados y clientes, tienen acceso a factores de producción, pueden lograr mejoras en la eficiencia y generar flujos de exportación desde Colombia. 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 (documento CONPES 3771 de 2013), ProColombia definió una estrategia, adecuó la estructura y fortaleció el portafolio de servicios según las necesidades de los empresarios tales 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 (oportunidades de inversión por sector y país, aspectos legales, noticias de inversión) de los empresarios: [www.colombiainvierte.com.co](http://www.colombiainvierte.com.co).

Durante 2014, se atendieron 256 empresas (43% manufactureras, 40% de servicios y 17% de agroindustria) y se realizaron 64 agendas en el exterior.

Se hace seguimiento a 238 nuevas oportunidades de 155 empresas colombianas, de las cuales 39% corresponden al sector servicios, 40% manufacturas y 21% agroindustria. Por destinos, Perú es el país que genera mayor interés entre las empresas contactadas (41 oportunidades); seguido de Ecuador (36), México (29), Estados Unidos (24), Guatemala (17), Chile (13) y Asia (10), entre otros.

Los servicios más demandados por los empresarios han sido los relacionados con la búsqueda de información del país, sectorial y legal, la cual fue divulgada mediante un seminario de internacionalización de empresas colombianas, realizado en Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla al que asistieron más de 200 empresas. Igualmente se llevaron a cabo 7 videoconferencias con las misiones diplomáticas en el exterior, para capacitar a los funcionarios en los temas relacionados con la internacionalización de las empresas colombianas y acuerdos internacionales de inversión.

## **OTRAS ACCIONES**

- **SIFAI:** El Sistema de Facilitación para la Atracción de Inversión (SIFAI) público/privada es una plataforma web administrada por ProColombia, donde se identifica y centraliza la información sobre oportunidades de mejora en el clima de inversión (entendiendo como oportunidades de mejora las normas, sus aplicaciones e interpretaciones o las prácticas de entidades estatales que afecten las decisiones de inversión de los inversionistas extranjeros

en Colombia) y posteriormente gestionar la adopción de reformas a través de un comité técnico mixto conformado por el Alto Consejero Presidencial para la Competitividad, el Ministro de Comercio, Industria y Turismo, el Director del Departamento Nacional de Planeación y el Presidente de ProColombia y como representante del sector privado participa el Presidente del Consejo Privado para la Competitividad.

Entre los logros de 2014 se destacan el Decreto 834 de 2013 modificó el régimen de visas así: (i) Eliminación del requisito de idoneidad para la visa TP-4 (i.e. Visa de trabajo) y (ii) posibilidad de solicitar las visas a través de internet; Visa residente inversionista, simplificación de los requisitos para la obtención de la visa de residente inversionista por adquisición de inmuebles; la eliminación de la doble tributación por mercancías vendidas que se encuentren en el territorio nacional cuando hacen parte de una operación logística (reforma tributaria de la Ley 1607 de 2012).

- **Trabajo con Agencias Regionales de Inversión (APRI).**

Durante 2014 se trabajó de manera conjunta con las 14 APR's constituidas, Invest in Bogotá, ACI – Medellín, ProBarranquilla, Invest Pacific, Invest in Cartagena, Invest in Huila, Invest in Manizales, Invest in Santander, Invest in Armenia–Quindío, Invest in Pereira, Invest in Chocó, Invest in Cúcuta, Invest in Santa Marta y API Tolima, (las últimas cuatro creadas en 2014) 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 ciudad, región o Zonas Francas y agendas en Brasil, España, Chile, Perú, Corea, Argentina, Triángulo Norte, Estados Unidos, México y Ecuador, entre otros.
- 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 (del que se habla más adelante), 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.

Se hace seguimiento periódico al plan de trabajo y se busca mejorar el relacionamiento con las agencias mediante reuniones y teleconferencias individuales.

Para dar a conocer la estrategia de ProColombia, conocer la estrategia de las diferentes regiones y establecer los planes de trabajo conjunto para 2015, se desarrollaron encuentros entre agencias y funcionarios de ProColombia en diciembre y en enero con los funcionarios de ProColombia del exterior.

### **Banco de Proyectos:**

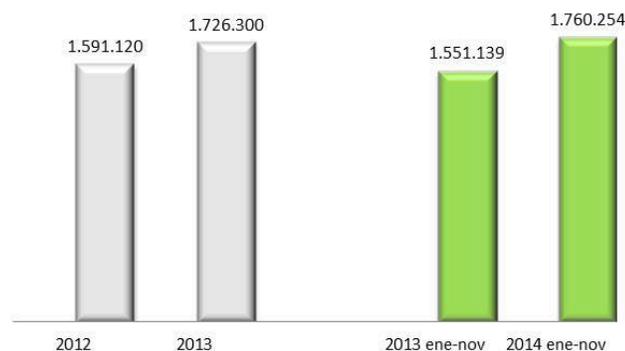
Con el fin de promover y tener disponible la información de los proyectos en los sectores estratégicos y diferentes regiones que existen en Colombia, se cuenta con una plataforma virtual que contiene un Banco de Proyectos. Se ha adelantado un trabajo con APRI's, entidades regionales y gremios para que puedan validar e ingresar los proyectos susceptibles de ser promocionados por las oficinas comerciales. La información solo puede ser consultada por esos aliados estratégicos y ProColombia.

A diciembre de 2014, se encuentran registrados 153 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.

### **17.2.2 Turismo de Clase Mundial**

ProColombia, 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 ProColombia

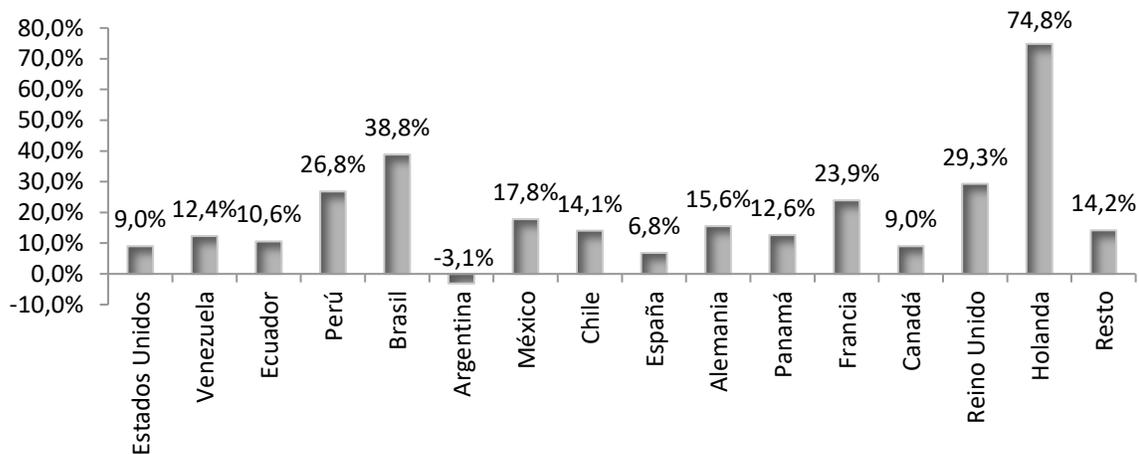
La llegada de viajeros extranjeros no residentes en Colombia en el periodo enero–noviembre de 2014 registró un incremento del 13,5% frente al mismo periodo del año anterior.

Igualmente si se compara el año 2013 frente a 2012 se mantiene una tasa positiva de crecimiento del 8,5%.

Del top 15 de los mercados con mayor participación en el total de viajeros internacionales no residentes en Colombia que se detalla en la gráfica siguiente, se destacan aquellos que tuvieron las mayores tasas de crecimiento en los primeros once meses del año frente al mismo periodo de 2013: Holanda en el puesto 15 (74,8%), Brasil en el puesto 5 (38,8%), Reino Unido en el puesto 14 (29,3%), Perú en la 4 posición (26,8%) y finalmente Francia en la posición 12 (23,9%).

Es importante resaltar que la llegada de viajeros extranjeros a Colombia por país de residencia mostró tasas de crecimiento positivas durante el periodo, excepto el caso de Argentina y Costa Rica los cuales decrecieron 3,1% y 8,7% respectivamente.

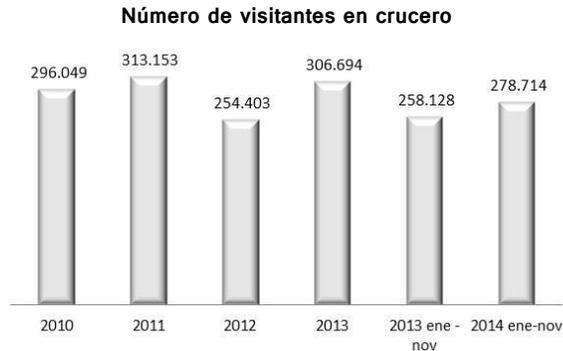
**Crecimiento en la llegada de extranjeros no residentes a Colombia según país de residencia  
Enero - Noviembre de 2014**



Bogotá, Cartagena, Medellín y Cali fueron las ciudades de mayor recepción de llegadas de viajeros extranjeros en el país, concentraron el 82% del total. Adicionalmente, estas ciudades también registraron tasas de crecimiento positivas entre el periodo enero-noviembre 2014 frente al mismo periodo de 2013: 13,8% en el caso de Bogotá, 12,2% Cartagena, 10,6% Medellín y 8,5% Cali.

Las mayores tasas de crecimiento ciudad destino de llegada de viajeros extranjeros en Colombia fueron: San Andrés (43,7%), Cúcuta (36,5%), Pasto (31,2%) y Leticia (92,4%). En contraste, ciudades como Armenia, Valledupar y Pereira mostraron decrecimientos de 7,9%, 3,4% y 2,5% respectivamente.

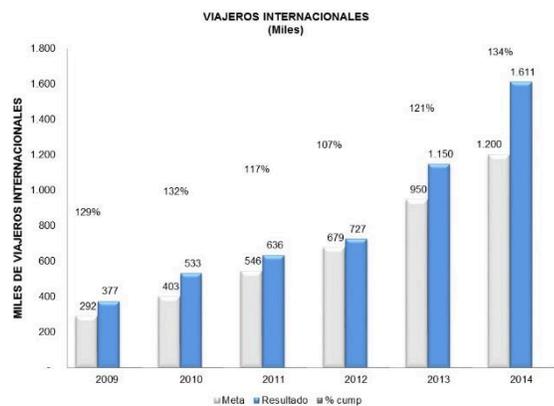
Entre enero y noviembre de 2014, el número de visitantes en cruceros creció 8% versus el mismo periodo del año anterior. Las recaladas al país, teniendo en cuenta solamente el número de arribos que llegaron de puertos extranjeros, presentaron un crecimiento de 2,2% frente a 2013.



Fuente: MinCIT, autoridades portuarias

### 17.2.1.1. Viajeros Internacionales (indicador no incluido en PES)

Un total de 1.611.099 viajeros internacionales, fueron reportados por operadores de 36 países a ProColombia, de acuerdo con información entregada por los mayoristas y empresarios, lo que representa un cumplimiento del 134% de la meta propuesta (indicador no incluido en el PES). Este resultado de gestión directa, es el informado como parte del trabajo conjunto con mayoristas u operadores, capacitación de agentes de viajes en diferentes países por empresarios y la organización de otras actividades de promoción como ferias internacionales, viajes de familiarización, entre otros.



Fuente: ProColombia

ProColombia en el Plan Estratégico Sectorial – PES de Turismo, lidera dos iniciativas, la Promoción Turística Internacional y la Captación de Eventos Internacionales.

#### **17.2.2.2 Plan de Mercadeo Internacional**

Durante 2014, fueron generadas oportunidades a través de diferentes acciones, adicionales al relacionamiento con los operadores internacionales, como son participación en ferias internacionales, realización de viajes de familiarización y de prensa, entre otros.

a. Más de 140 empresarios colombianos de 13 departamentos, participaron en 34 ferias (incluye ruedas y macrorruedas) en 17 mercados. En las que se destacan algunos resultados:

- Feria Vakantibeurs (Holanda): Un operador especializado en naturaleza informa una venta por aproximadamente tres millones de dólares.
- World Travel Fair 2014 (Shanghai): Colombia fue elegida como el mejor destino ecoturístico del mundo.
- FITUR 2014, por primera vez, tres operadores nacionales logran que sus productos sean incluidos por los mayoristas portugueses Solferias, Exóticos y Abreu. La aplicación para teléfonos móviles diseñada por ProColombia para dar a conocer la oferta turística nacional, fue una de las tres finalistas de los premios The AppTourism Award 2014, entre 41 guías móviles.
- Colombia Travel Mart (CTM) 2014 permite una participación de 673 empresarios de 22 departamentos (Tolima por primera vez) y 352 compradores internacionales de 47 países (15 participaron por primera vez: Bielorrusia, Bulgaria, Finlandia, Hungría, India, Irlanda, Islas Caimán, Italia, Jamaica, Lituania, Noruega, Paraguay, Portugal, San Marino, Ucrania). El número de compradores presentó crecimiento del 29% comparado con el año anterior (278 compradores de 38 países). Durante este evento se realizaron 7.642 citas de las cuales en 6.891 se generaron posibilidades. Con el fin de motivar la venta de los destinos y productos turísticos, previo al evento se realizaron 20 viajes de familiarización por Colombia a Cartagena, Mompox, Santa Marta, San Andrés, Cali, Bogotá, Paisaje Cultural Cafetero, Santander, Boyacá y Medellín.
- Cartagena Boat Show: se realiza por primera vez en Colombia para posicionar al país en el segmento de Turismo Náutico.
- En Venezuela se promocionó el turismo fronterizo a través de la ruta vallenata.
- ATTA, especializada en turismo de aventura, Colombia participa por primera vez y como país invitado. Se identificaron nuevos nichos como el ecuestre y senderismo.
- Macrorueda de turismo Alianza Pacífico. Se realiza por primera vez en Cali, con la participación de 69 empresarios emisivos y 84 empresarios receptivos provenientes de los cuatro países miembros de la alianza (México, Perú, Chile y Colombia). Se

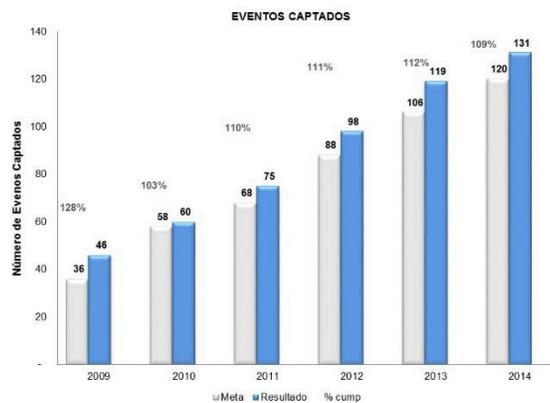
- realizaron alrededor de 2.000 citas de negocios. Los productos más destacados fueron cultura y sol y playa. Se destaca que en México la mayoría de operadores que participaron en esta macrorrueda ya cuentan con paquetes multidesino de Colombia y Perú.
- Sea Trade Europa, se participa por primera vez y se logra definir plan de trabajo con la empresa Thompson Cruises de Reino Unido, que tocará Colombia por primera vez en 2015.
  - Rueda de negocios especializada en naturaleza CNTM (Colombia Nature Travel Mart), en la que empresarios de 18 departamentos presentaron sus productos ante 43 mayoristas internacionales en las 1.200 citas de negocios que tuvieron lugar. Se destaca la confirmación de venta de grupos del producto turismo ecuestre, para los mercados de Polonia y Francia.
  - En abril se lanzó la primera aplicación de buceo de Colombia y de Latinoamérica que consolida la oferta de prestadores de servicios de buceo validados por ProColombia y PADI (Escuela internacional certificadora de buceo recreativo). La aplicación contiene tanto información técnica que requiere un buzo para la toma de decisión de su viaje, como información general de turismo.
- b. En 2014, se organizaron 76 viajes de familiarización para que los operadores conozcan los productos turísticos colombianos en 15 departamentos. Participaron 994 personas procedentes de 47 países. Se hizo un gran esfuerzo con el fin de que aumenten las ventas. Se destaca como caso de éxito el Fam de Experiencias Mágicas, donde participaron 15 empresarios de España, Perú, México, Chile, Ecuador, República Dominicana, Puerto Rico y Guatemala, permitió iniciar negociaciones con el operador Experience en Bogotá, y Travel Solutions en Medellín para traer grupos de incentivos por primera vez.
- c. Se coordinaron 37 viajes de prensa a 14 departamentos, en los que participaron 180 personas en representación de 110 medios de comunicación internacionales de 24 mercados, para divulgación y promoción de productos a público profesional/final. El resultado fue US\$40 millones de Free Press Turismo en 2014, 15,9% más que el año anterior.

Como complemento y con el fin de ir preparando más empresas para el turismo receptivo se organizaron tres misiones exploratorias una en el marco de FITUR España, donde pueden conocer los diferentes productos y formas de promoción del mundo, una de empresarios de Naturaleza a Ecuador y otra en el marco de la Feria ICOMEX, de incentivos en México. Participaron 50 empresas de 13 departamentos (Amazonas, Antioquia, Atlántico, Bolívar, Boyacá, Caldas, Cundinamarca, Guajira, Huila, Magdalena, Putumayo, Risaralda y Valle del Cauca).

Adicionalmente, se realizaron más de 120 presentaciones de Colombia como destino turístico en 22 mercados en las que se contó con la presencia de 3.359 empresas mayoristas/agencias de viajes y más de 6.100 participantes.

### 17.2.2.3. Eventos Captados

Las empresas o asociaciones atendidas, informaron a ProColombia la captación de 131 eventos, cumplimiento del 109% de la meta anual, en los que esperan la participación de 41.862 personas.



Fuente: ProColombia. CRM – NEO

De los eventos captados, 3 son grandes eventos, 32 son congresos, 37 convenciones, 4 de golf y 55 viajes de incentivos, como se detallan a continuación:

Tipo de Evento	No. Participantes
<b>Grandes Eventos (3)</b>	<b>4.000</b>
Asamblea General de la Organización Mundial de Turismo OMT 2015	1.000
Juegos Deportivos Centroamericanos y del Caribe 2018	0
VIII Global Entrepreneurship Congress GEC 2016	3.000
<b>Congresos (32)</b>	<b>21.016</b>
25° Conferencia Internacional del Café y la Ciencia - ASIC 2014	400
6th Pan American Aviation Safety Summit, 2015	200
Association of Sport Performance Centers (ASPC) Americas Continental Forum	150
Coloquio Panamericano de Investigación en Enfermería	0
Communicating Astronomy with the Publica 2016	0
Congreso Internacional en Prevención de Riesgos Laborales	0
Congreso Latinoamericano de Cadena de Frío	0
Congreso Latinoamericano de la Asociación Ferial de Latinoamérica AFIDA	100
Congreso Latinoamericano XIV de Hidrogeología y XXVI de Hidráulica -IAHR-2018	500
Congreso Mundial de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos	6.000
Congreso Mundial de la Unión de Ferias Internacional	400
Congreso Mundial de Veterinarios de Animales Pequeños (WSAVA 2016)	0
Congreso Mundial en Prevención de Diabetes	2.000
Congreso SEDIFRALE (Lengua francesa)	0
Consejo Mundial de Centros de Investigación para la Reparación Automotriz RCAR: Research Council Automobile Repairs	68
Cumbre Preparatoria RIO + 20	300
Foro Cardiovascular - Boehringer 2014	80
Foro Global Resiliencia Comunitaria: Construyendo comunidades y territorios más resilientes	198
IEEE LATINCOM 2014	350
II Mercado de Industria Culturales	600
International Entrepreneurship Forum	100
International Research Congress 2016	0
LI Asamblea Anual de la Comisión Latinoamericana de Escuelas de Administración CLADEA- 2016	800
Regional Meeting of the Americas	2.000
Simposio Mundial de Enterococo	0
SPR for Colombia 2015	0
Tercer Congreso Mundial de la Misericordia	1.200
VI Congreso Iberoamericano de Ingeniería de Proyectos CIIP 2015	400
VIII congreso Internacional de Negocios y Comercio Exterior	570
World Council of Optometry, WCO 2015	3.000
XIII Congreso Latinoamericano en Microbiología de Alimentos COLMIC-2016	800
XXVII Congreso Panamericano de Escuelas de Hotelería, Gastronomía y Turismo CONPEHT - 2017	800
<b>Convenciones Corporativas (37)</b>	<b>13.251</b>
<b>Golf (4)</b>	<b>169</b>
<b>Viajes de Incentivo (55)</b>	<b>3.426</b>
<b>Total (131)</b>	<b>41.862</b>

Fuente: ProColombia- CRM - NEO

La importancia del turismo de reuniones se ve reflejada en el mayor valor de gasto que tiene el viajero de este tipo. Al tomar el valor de gasto promedio que realiza un viajero de reuniones estimado por el ICCA y aplicarlo solo a los dos congresos que estiman un número superior a dos mil participantes: el Congreso Mundial de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (Bogotá) con 6.000 participantes y el World Council of Optometry, WCO 2015 (Medellín) con 3.000 asistentes, se podría esperar, un impacto mínimo de US\$22.6 millones.

#### Otras actividades:

Adicionalmente fueron realizadas actividades como:

- a. Semanas de Colombia en Portugal, Italia, Brasil y Chile en las que se realizaron alrededor de 500 citas.
- b. Promoción nuevas rutas – Conectividad: ProColombia, en trabajo conjunto con el MinCIT ha contribuido en la generación (o activación o captación) de 11 rutas aéreas y en el aumento de frecuencias, entre ellas la nueva ruta Fort Lauderdale (Florida)– Cartagena de Indias (Jetblue) con frecuencia diaria y capacidad para 1.050 sillas semanales, la ruta Lisboa–Bogotá–Panamá (de la aerolínea TAP), Bogotá–Londres (Avianca), Pereira–Cartagena–Nueva York (Avianca), Panamá–Medellín (Air Panamá), entre otras. Por otro lado se espera la llegada de la aerolínea holandesa KLM en marzo 2015 que regresa al país luego de 20 años ofreciendo tres frecuencias semanales y alrededor de 1.900 sillas en la ruta Amsterdam – Bogotá – Cali, entre otros.
- c. Cruceros:
  - Por gestión de ProColombia, la línea naviera Silversea, con su barco Silver Explorer, llegó en 2014 a las costas de Utría y Bahía Solano, destinos con potencial para el turismo de aventura y naturaleza, características que llamaron la atención de esa línea italiana auto catalogada como de lujo.
  - El Silver Explorer, con capacidad para 132 pasajeros y 117 tripulantes, entre ellos geólogos y biólogos, que guían a los cruceristas en su descubrimiento de destinos ricos en flora y fauna llegó a las costas del Pacífico.
- d. Algunos resultados de la ejecución de los planes de trabajo conjunto con los operadores son la promoción de charter desde El Salvador hacia San Andrés en medios de comunicación que generó el 98% de ocupación del equipo utilizado. En Guatemala se crearon paquetes de Cartagena Luna de Miel, Caño Cristales, Bogotá Religioso, Cali y PCC; se logró la Promoción de Caño Cristales en Canadá con Travel Brands; en Alemania, 4 mayoristas generaron nuevos productos con otros destinos en Latino América (Panamá, Ecuador, Venezuela y Perú).

### **17.2.3 Desarrollo Empresarial**

De acuerdo con el PES, 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”. ProColombia participa 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 ProColombia que han hecho parte del Programa Compre Colombiano

En 2014, 68 empresas participantes en el Programa Compre Colombiano de Propaís, han recibido servicios de ProColombia, para un cumplimiento de la meta anual del 136%. Las empresas son de los departamentos de Antioquia, Atlántico, Bolívar, Boyacá, Caldas, Cauca, Cundinamarca, Huila, Nariño, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander, Tolima y Valle del Cauca.

### b. 400 Mipymes capacitadas en el proceso de exportación

479 empresarios (cumplimiento del 145% 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	Turismo	Tradicional	Total
Antioquia	26	29	31	4			90
Atlántico	2	3	7	3			15
Bolívar	7	3	9	7			26
Boyacá	8	4		3	1	2	18
Caldas	4	1	3			2	10
Cesar	9	2	3				14
Cundinamarca	29	47	20	22	1	27	146
Magdalena			6			5	11
Meta	7	7	1	2		4	21
Nariño	3	7		2		2	14
Norte de Santander	3	8	10	1		3	25
Quindío	2	10	5	1		1	19
Risaralda	7	4	3	4			18
Santander	11	18	21	5		12	67
Tolima	19	4	1			3	27
Valle del Cauca	17	22	12	6		1	58
<b>Total</b>	<b>154</b>	<b>169</b>	<b>132</b>	<b>60</b>	<b>2</b>	<b>62</b>	<b>479</b>

Fuente: ProColombia

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

157 empresas participaron en los programas y/o seminarios de adecuación de oferta exportable para un cumplimiento del 104% de la meta anual.

Nombre	Departamento	Empresas
Programa de Adecuación – Prendas de vestir para Estados Unidos – Fase II	Antioquia	26
Modelación de precios de exportación	Antioquia, Atlántico, Bolívar, Caldas, Cauca, Cundinamarca, Huila, Nariño, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander, Tolima y Valle del Cauca	88
Empaque y Etiquetado	Antioquia, Atlántico, Caldas, Quindío, Risaralda y Santander	11
Imagen Corporativa	Antioquia, Atlántico, Cauca, Cundinamarca, Magdalena, Sucre y Valle de Cauca	32
<b>Total</b>		<b>157</b>

Fuente: ProColombia

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

### 17.3 OTROS TEMAS

#### Marca País

- En el 2014, Marca País diseñó una campaña de comunicación digital llamada #LoBuenoDeColombia para invitar a colombianos y extranjeros a hablar bien del país a través de las redes sociales.
  - o En la primera etapa realizada en febrero, se logró generar más de 21 mil mensajes positivos (en tan solo 4 días) provenientes de usuarios de las redes en Colombia y en exterior, desde Ciudad de México, Buenos Aires y Barcelona, convirtiéndose en Trending Topic.
  - o La segunda etapa se llevó a cabo en junio y julio, se realizó en el marco del Mundial de Fútbol de Brasil, y se generaron más de 1 millón de mensajes positivos resaltando lo mejor del país.
- En conjunto con la Embajada de Colombia en Bruselas se organizó en septiembre un homenaje al escritor colombiano Gabriel García Márquez en el Parlamento Europeo, con el fin de promover el legado literario que dejó el Nobel y la cultura literaria del país. El evento tuvo un amplio cubrimiento en prensa de Colombia e internacional (México, España, Bélgica, Francia, Estados Unidos y varios países de América Latina) generando un valor en Free Press de más de 1.600 millones de pesos.
- El crecimiento de usuarios en redes sociales ha sido constante:
  - o Facebook: la marca país pasó de tener cerca de 760 mil fans (enero 2013) a tener una comunidad, que hoy en día, supera los 845 mil. Es la segunda página del Estado con mayor número de seguidores después de la Policía).
  - o Twitter: la marca país pasó de tener cerca de 103 mil seguidores a tener más de 206 mil en 2014.
  - o Google+: en 2013 se creó la cuenta de Colombia y hoy tiene una comunidad que asciende a más de 350 mil seguidores.
- Durante 2014, se realizaron más de 100 videos destacando los hechos más importantes del país en materia de cultura, economía, industria, entre otros. Este material fue divulgado a través de las redes sociales y comerciales en países del mundo.

- El caso de éxito de la Marca País en Colombia ha sido tomado como ejemplo por países como El Salvador y República Dominicana, quienes en 2014 solicitaron asesoría para conocer el funcionamiento de la marca y su proyección internacional.
- Marca País estuvo invitada como panelista a importantes eventos internacionales Foro Internacional de Marca País (Chile), Seminario Internacional de Place Branding (Brasil), Congreso Nacional de Estudiantes de Turismo (Perú) y el Congreso de la Asociación Internacional de Propiedad Intelectual (México).
- El portal de la marca: [www.colombia.co](http://www.colombia.co) que relaciona los hechos positivos de Colombia, inició de ceros con el lanzamiento de la estrategia en septiembre de 2012 y hoy cuenta con más de 50 mil usuarios únicos, y su contenido ha sido referenciado por distintos medios de comunicación.
- Desde su lanzamiento en septiembre de 2012 a la fecha, Marca País ha logrado que más de 450 empresas se conviertan en aliados estratégicos de promoción y difusión de lo mejor del país. Gracias a estas alianzas, la Marca logró cuadruplicar su visibilidad con un mismo presupuesto.
- Según el estudio de la firma consultora Brand Finance que analiza el valor de las marca país en todo el mundo, reveló en la publicación de 2014 que Colombia es la marca país que mayor crecimiento de valor tuvo en Latinoamérica en relación al 2013. Así mismo, ascendió dos puesto en el ranking mundial de las marca país más valoradas del mundo (del puesto 47 al 45)
- En el informe Country Brand Index 2014-2015, la marca país de Colombia figura en el puesto 63 de 75 países. Entre los resultados del informe sobre la marca se destacan el patrimonio y la cultura es la asociación mejor valorada, belleza natural es el mejor atributo valorado del país, y el 55% de los entrevistados considera visitar a Colombia en los próximos 5 años, entre otros.
- En Free Press de medios nacionales, la marca Colombia logró figurar en 2.200 notas de TV, radio, prensa y online, generando un retorno estimado de \$14.550.019.779. Internacionalmente, la marca tuvo exposición en medios de comunicación en países como España, México, Venezuela, Perú, República Dominicana, Bélgica, Francia, EE.UU, Italia, Brasil, entre otros.

## **Alianza Pacífico**

En el marco de la Alianza, las entidades de promoción continuaron organizando actividades de promoción conjunta para contribuir a dinamizar el comercio, la inversión y el turismo entre los cuatro países y con otros mercados. En 2014, se destacan:

- Il Macrorrueda de Negocios de la Alianza del Pacífico, Puerto Vallarta – México, que se reportó anteriormente con la participación de los empresarios colombianos y los compradores invitados por ProColombia, a continuación incluimos la información de todos los países. Se realizaron 2.111 citas de negocios, entre los 183 compradores de Chile, China, Colombia, Corea, Japón, México y Perú con los 274 exportadores de los países miembros. En el marco de la macrorrueda se llevó a cabo un primer ejercicio de identificación de potenciales encadenamientos productivos liderado por ProColombia, que consistió en entrevistar aproximadamente 20 empresarios con el propósito de identificar a partir de la demanda, posibles encadenamientos existentes y potenciales que beneficien el comercio intra-alianza.
- Il Foro de Emprendimiento e Innovación LAB4, Cali – Colombia. En el marco de este evento, se realizó por primera vez una rueda de negocios enfocada en facilitar la búsqueda de capital y la internacionalización de los emprendimientos de los cuatro países en la que participaron 96 exportadores/emprendedores de 73 empresas (32% fueron colombianos siendo la mayor participación), 44 compradores de 39 empresas (Colombia con la mayor participación 36%), y 25 inversionistas de 22 compañías de 9 países. Se realizaron 444 citas de negocios, de las cuales 224 fueron de la rueda de inversión (145 citas derivaron un interés puntual de inversión para alguno de los países de la Alianza en el corto, mediano y largo plazo) y 220 de la rueda de exportación de servicios (expectativas de negocios por US\$8.573.800).
- Se continuó con la estrategia de participación conjunta de las entidades de promoción en ferias internacionales. En 2014 se participó en 9 ferias de agroindustria y autopartes, entre otros. Algunas de ellas fueron Fruit Logística, Alemania; Automechanika, Turquía; SIAL, China, y Feria de inversión The Bank of Tokyo Mitsubishi UF, Japón.
- Se realizaron 17 seminarios de oportunidades de comercio e inversión de la Alianza en 11 mercados.
- En materia de turismo, se publicó la primera cartilla de turismo “Cuatro naciones, una experiencia infinita”; se realizó un encuentro de Tour Operadores en Santiago de Chile y la I Macrorrueda de negocios de Turismo en Cali con una participación de 84 empresas de turismo receptivo y 68 de emisoro, Colombia tuvo la mayor participación de asistentes con 40% y 30% respectivamente. Se realizaron 2.000 citas.

## **Responsabilidad Social Empresarial**

ProColombia ha venido trabajando en la apropiación e implementación del modelo de sostenibilidad acorde con la Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social, desde que suscribió en el 2012 el Acuerdo de Intención de Responsabilidad Social del Sector Comercio, Industria y Turismo. En el 2014, inicia el ejercicio de consolidar las acciones que se realizan y tienen un componente de sostenibilidad, así como la gestión, para darlo a conocer mediante el primer reporte de sostenibilidad del 2013. Para la elaboración del informe se siguieron los lineamientos y estándares internacionales como la guía G4 del Global Reporting Initiative – GRI, se pretende trabajar y divulgar las iniciativas, a través del trabajo constante con los grupos de interés, y aportar así, desde la sostenibilidad, al desarrollo del país.

## **Recursos de Cooperación**

Se continúa con la búsqueda de recursos de cooperación internacional y nacional para fortalecer la gestión. En 2014 se apalancaron más de \$6.500 millones que beneficiaron a más de 2.400 empresas.

En exportaciones se adelantaron proyectos con cooperantes de Canadá, Suiza, Finlandia y Holanda con los que se realizaron seminarios de oportunidades especializados, los empresarios recibieron asistencia técnica para adecuar la oferta, y participaron en actividades de promoción comercial. Igualmente, se lograron recursos para el fortalecimiento de capacidades para ProColombia.

En Turismo, con Tailandia se adelantó un proyecto de transferencia de conocimiento sobre promoción internacional de turismo para ProColombia y con Holanda, talleres de buenas prácticas, seminarios así como asistencia a las empresas para la definición de estrategias de que los adecuen la oferta, y participaron en actividades de promoción.

En Inversión fue aprobado un programa con el Korean Development Institute en el tema de estrategia para la atracción de inversión extranjera coreana.

## **Comunicaciones y Mercadeo**

Como apoyo a la gestión de promoción se han generado contenidos de valor agregado para los empresarios entre los cuales se enuncian algunos:

- Para empresarios interesados en invertir en Colombia se pusieron a disposición aplicaciones, boletines de oportunidades, revistas, documentos directorio de servicios

legales, directorio de zonas francas, guía para hacer negocios y el directorio de proyectos de infraestructura hotelera, entre otros.

- Para los empresarios colombianos que están interesados en invertir en el exterior se generaron 10 guías legales para California, Texas, Florida, New York, México, Costa Rica, Guatemala, Ecuador, Perú y Brasil.
- En exportaciones, adicional a lo enunciado en el aparte respectivo se lanzó la campaña Bring IT On virtual con plan de medios y material de apoyo, para promover el sector de TI; se hizo una campaña de promoción de servicios de salud en Puerto Rico, Estados Unidos, Ecuador, Panamá e Islas Caribe, entre otros.

Se logró Free press

- nacional: \$43.612.9 millones, con un crecimiento del 6% respecto al 2013
- internacional: 6.935 notas publicadas, US\$80,8 millones, con un crecimiento del 18,5% frente al 2013
- 

Se ofrece información en línea y en redes actualizada

- o Portal ProColombia: [www.procolombia.co/](http://www.procolombia.co/) 1.193.562 visitantes únicos.
- o Portal de exportaciones: [www.colombiatrader.com.co](http://www.colombiatrader.com.co) 355.233 visitantes únicos
- o Portal inversión (español): [www.inviertaencolombia.com](http://www.inviertaencolombia.com) 334.202 visitantes únicos
- o Portal inversión (inglés): [www.investincolombia.com](http://www.investincolombia.com) 69.278 visitantes únicos
- o Portal inversión colombianos en el exterior [www.colombiainvierte.com](http://www.colombiainvierte.com) 1.882 visitantes únicos
- o Portal Turismo [www.colombia.travel](http://www.colombia.travel): 8.353.895 visitantes únicos

		Enero 1 2014	Diciembre 2014	Seguidores	% Incremento	Principales países
	@PROCOLOMBIACO (antes @proexportcol)	55.948	88.679	32.731	58,50%	1. Colombia 2. USA 3. Uruguay 4. España
	/procolombia	26.812	51.289	24.477	91,29%	1. Colombia 2. México 3. Venezuela 4. Argentina

	/Company/proexport	9.821	15.544	5.273	58,27%	N/A
	/ProexportColombia	769.174	1.267.885	498.711	64.84%	1. Colombia 2. USA 3. Panamá 4. España

### Reconocimientos y Certificación ISO

- Mejor Organización de Promoción de Exportaciones de países en desarrollo por el International Trade Centre – ITC en los TPO Network Awards Dubái 2014. La iniciativa galardonada fue el PSM 2.0 (ProColombia Selling Methodology 2.0), la cual permite a los empresarios desarrollar y adecuar su oferta para el mercado internacional según tendencias y requerimiento de los consumidores.
- Según el ranking 2014 publicado por el Great Place to Work Institute, se ubica entre las 10 mejores empresas para trabajar en Colombia (puesto séptimo) en la categoría de hasta 500 colaboradores y siendo la segunda del sector público. Por tercer año consecutivo, la organización está entre las mejores empresas para trabajar en el país. Esto valida el esfuerzo al interior de la organización y sin duda genera mayores retos para continuar aportando a la comunidad empresarial y en la búsqueda de mayores oportunidades para el país.
- Premio Alimara en la categoría de Destino por la presentación de la campaña “Colombia es Realismo Mágico”, durante la Feria Internacional de Turismo de Madrid, FITUR 2014.
- Primer lugar en el ranking FDI Online Marketing Index (OMIX) 2014 América Latina, elaborado por la firma española Geovadis, en el cual se premiaron las mejores herramientas virtuales para promover las oportunidades para potenciales inversionistas.
- Nominada a la “mejor oficina de turismo de Suramérica”, en la versión 2014 de los World Travel Awards, los premios más importantes de la industria turística mundial.
- En 2014 ProColombia recibió la visita de seguimiento por parte del ente certificador ICONTEC, con resultado de cero no conformidades, por lo cual se recomendó continuar con la Certificación de Calidad. Entre las conclusiones más importantes que el auditor registró en su informe fue: “El sistema es robusto, muy bien implementado, con un apoyo total de la alta dirección y un empoderamiento por cada uno de los colaboradores de ProColombia”.

### 17.4 RETOS 2015

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

- Continuar con las estrategias que permitan contribuir a mejorar la imagen de Colombia en el exterior aprovechando la red de oficinas y la sinergia con los ejes de negocio.
- Continuar con la promoción de Colombia como destino de inversión extranjera directa en sectores estratégicos 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\$1.900 millones durante el tiempo de su ejecución. Para ello se tiene previsto mantener el trabajo conjunto con los potenciales inversionistas en el mundo, los inversionistas instalados, los aliados regionales e internacionales y la realización de actividades entre las cuales se harán 70 seminarios de promoción de Colombia como destino de inversión
- Continuar con la promoción de la inversión de empresas colombianas en el exterior. Se espera acompañar a las empresas y que 6 de ellas inicien su inversión durante 2015.
- 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 que 1.865 empresas colombianas concreten negocios por un valor estimado de US\$1.880 millones en exportaciones de bienes y servicios.
- Implementar los nuevos programas de Mipyme Internacional y Mentor Exportador, continuar en la identificación regional de nueva oferta exportadora con el fin de lograr 1.000 nuevas empresas exportadoras en 2018 con el fin de incrementar el tejido empresarial exportador del país. De igual manera, poner en marcha una estrategia de cultura exportadora que motive el interés de los empresarios para aprovechar las oportunidades en los mercados externos.
- Continuar con la promoción de los productos turísticos colombianos, con énfasis en aquellos que generan un mayor gasto, con el fin de lograr que 1.300.000 viajeros internacionales lleguen a Colombia generando un ingreso de US\$1.360 millones como resultado de la gestión realizada con operadores o mayoristas. Apoyar a empresarios o asociaciones en las acciones que permitan captar 128 eventos (Congresos, convenciones, incentivos y golf) para que sean realizados en Colombia.



**PROCOLOMBIA**  
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

- Continuar y fortalecer las alianzas regionales, nacionales e internacionales que promuevan el desarrollo empresarial del país.