

Informe de **Gestión** 2024

Contenido

INTRODUCCIÓN	4
LOGROS 2024	6
ACERCA DE PROCOLOMBIA	10
Misión.....	10
Visión.....	10
Valores corporativos	10
Presencia en Colombia y en el mundo.....	11
Estructura Organizacional.....	12
Gobierno Corporativo	13
La Sostenibilidad es nuestro modelo	16
Nuestro compromiso con los Derechos Humanos, la Diversidad, Equidad e Inclusión	20
Grupos de interés	21
CONTEXTO MACROECONÓMICO, AMBIENTAL Y SOCIAL	23
Contexto Macroeconómico	23
Contexto ambiental y social.....	24
MARCA PAÍS, COLOMBIA EL PAÍS DE LA BELLEZA	28
Acciones para el posicionamiento de la marca país	28
Alineación de la Marca País con los Objetivos de Desarrollo Sostenible	32
INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA	34
Actividades de promoción de inversión extranjera directa.....	35
Participación en actividades y gestión relacionada con las apuestas de reindustrialización	37
Trabajo en conjunto con las regiones.....	44
Herramientas para las regiones.....	45
Alineación de la estrategia de inversión con los Objetivos de Desarrollo Sostenible	46
PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES NO MINERO ENERGÉTICAS - INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS TERRITORIOS POR UNA CULTURA PRODUCTIVA Y EXPORTADORA	48
Motivación y capacitación	51
Fábricas de internacionalización.....	52
Iniciativas complementarias	53
Actividades comerciales y de promoción	54
Resultados destacables en las apuestas de reindustrialización	57
Casos de éxito	60
Alineación de la estrategia de exportaciones con los Objetivos de Desarrollo Sostenible	61
TURISMO SOSTENIBLE E INCLUYENTE - INTERNACIONALIZACIÓN Y ECONOMÍA PARA LA VIDA	63
Actividades de promoción	64
Conectividad área y marítima para los territorios.....	74

Ruta Exportadora de Turismo - Formación y Preparación para la Oferta Exportable Turística	76
Premios de Turismo de Colombia.....	79
Reconocimientos al país	81
Alineación de la estrategia de turismo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible	82
NUESTROS ALIADOS	84
Iniciativas de Integración con otros países.....	84
Cooperación internacional y nacional	86
HERRAMIENTAS DE INFORMACIÓN DE VALOR AGREGADO.....	91
La Inteligencia Comercial que potencia la toma de decisiones	91
Herramientas digitales.....	93
Comunicaciones.....	96
FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL.....	99
Nuestro talento.....	99
Sostenibilidad corporativa	110
Transformación digital	114
Retroalimentación a nuestra gestión	116
ÍNDICE DE CUMPLIMIENTO GRI.....	119

Introducción

ProColombia, como ejecutor de la política del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, contribuye al posicionamiento de Colombia en el exterior, al crecimiento sostenible, a la generación de empleo y desarrollo de las regiones. Está encargada de la promoción de las exportaciones de bienes y servicios no minero- energéticos, la expansión de empresas colombianas, la atracción de inversión extranjera directa no extractiva a Colombia, el posicionamiento del país como destino turístico de vacaciones y reuniones y la Marca País.

Este informe cubre la gestión de ProColombia desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre de 2024, bajo los lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2022 – 2026, Colombia Potencia Mundial de la Vida, las políticas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el entorno nacional e internacional, así como lo definido en el Plan Estratégico Sectorial - PES en especial en los siguientes objetivos: (i) Reindustrialización, (ii) Internacionalización, (iii) Turismo sostenible e incluyente. Adicionalmente, describe la adopción voluntaria de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, las siete materias fundamentales de la norma ISO 26000, los estándares GRI y constituye la información base para la Comunicación de Progreso (CoP) del Pacto Global de las Naciones Unidas.



Logros 2024

Logros 2024

En 2024, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a través de ProColombia continuó contribuyendo al posicionamiento de la imagen del país a nivel internacional, y trabajando en el acompañamiento a los empresarios en Colombia y el exterior, en materia de atracción de inversión extranjera directa, el aumento de las exportaciones no minero energéticas y posicionando el país de la belleza como destino ideal en la región para el turismo vacacional y de reuniones. Se destacan los siguientes logros:

En Marca País:

- Posicionar la narrativa de la Marca País “Colombia, el país de la belleza” a través de diferentes acciones de promoción, presencia en lugares y momentos emblemáticos en sinergia con los ejes de turismo, inversión y exportaciones.

En Inversión Extranjera Directa:

- Con el fin de dar a conocer las oportunidades que ofrece Colombia, se contactaron o acompañaron a más de 1.900 inversionistas extranjeros de 69 países. 148 informaron a ProColombia el inicio de 166 proyectos por valor estimado de US\$4.485 millones para ser ejecutados, en promedio en 3 años, y en los cuales los inversionistas proyectan generar 144.920 empleos tanto directos como indirectos.
- Los proyectos de inversión extranjera se han iniciado o se desarrollarán en 49 municipios de 20 departamentos: Amazonas, Antioquia, Archipiélago de San Andres, Atlántico, Bolívar, Boyacá, Caldas, Casanare, Cesar, Córdoba, Cundinamarca, Huila, Magdalena, Meta, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander, Tolima y Valle del Cauca, de acuerdo con la información entregada por los empresarios.
- Lanzamiento de la actualización de la Guía de Inversión Tourism Doing Business in Colombia en el Foro Mundial de Inversión e Innovación (en el marco del 122 Consejo Ejecutivo de la Organización de las Naciones Unidas - ONU Turismo Cartagena 13-15 noviembre). Se elaboró un documento por ONU y ProColombia, bajo los lineamientos del MinCIT, con un enfoque en las apuestas habilitantes para la inversión extranjera directa y las regiones del país. Se destacan no solo los destinos tradicionales sino los emergentes y expone los proyectos más importantes de infraestructura y conectividad en el país, así como de infraestructura turística.
- Renovación del Directorio de Servicios al Inversionista (DSI) de ProColombia, como una herramienta virtual, bilingüe (inglés-español), que reúne a algunas de las principales firmas legales, consultoras, empresas de servicios en arquitectura, construcción, inmobiliarios, empresas de recursos humanos y relocalización en Colombia. Este directorio, está diseñado como una guía de referencia, usando un motor de búsqueda, para inversionistas y empresarios colombianos. En la divulgación de esta herramienta se incluyen, además de las empresas inversionistas, las Embajadas, Consulados, Cámaras

binacionales, oficinas comerciales de ProColombia en el exterior, agencias regionales de promoción de inversión, entre otros.

- Lanzamiento del Anuario ProColombia – ColCapital de Fondos de Capital Privado siendo el único anuario que tiene en Colombia de fondos de capital privado.

En Exportaciones:

- Se contactó y brindó servicios de acompañamiento exportador a más 6.000 empresas colombianas exportadoras y/o con potencial exportador de 330 municipios de 32 departamentos.
- Dados los servicios prestados y el acompañamiento en Colombia y el exterior, 3.071 empresas (80% MiPymes) de 203 municipios de 32 departamentos informaron haber realizado negocios de exportaciones con 5.095 compradores internacionales de bienes y servicios de 107 países.
- Más de 29.000 personas de 462 municipios de 32 departamentos participaron en cursos de comercio exterior, Futurexpo, La vuelta al mundo con ProColombia, Talleres de internacionalización, webinars, entre otros. Adicionalmente, 9.639 compañías de 235 municipios de 27 departamentos hicieron parte de entrenamientos para la internacionalización, workshops de internacionalización y webinars (2.966 empresas únicas).
- Se fortalece la cultura exportadora del país con el programa de fábricas de internacionalización, mediante el cual se prestaron servicios a 459 empresas (88% Mipymes) de 90 municipios de 25 departamentos (incluyendo Bogotá). El monto de negocios de exportación a través de este programa fue US\$10,4 millones en 28 países. Adicionalmente, 45 empresas colombianas expandieron su negocio en 12 países mediante operación directa o alianzas estratégicas.
- Con el fin de poner en contacto la oferta exportable colombiana con la demanda internacional, se realizaron más de 200 actividades de promoción, con la participación de más de 3.200 exportadores de 31 departamentos y más de 2.300 compradores de 62 países.

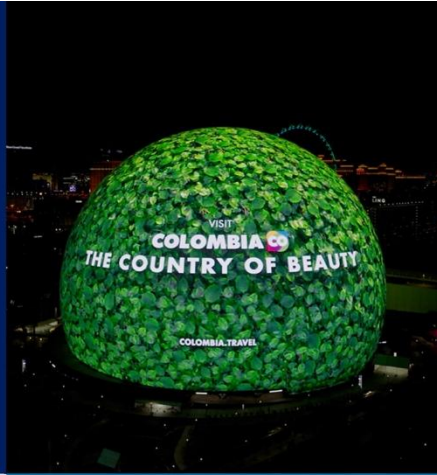
En Turismo:

- El turismo internacional mantiene su dinamismo y logra cifra récord de visitantes no residentes en 2024 y una gran contribución a la economía del país. De acuerdo con las cifras de Migración Colombia, en 2024 se registró la llegada de 6.696.835 visitantes no residentes a Colombia, presentando un crecimiento de 8,5% respecto al año anterior.
- En términos económicos, el Banco de la República informó que durante entre enero y septiembre de 2024 se generaron US\$7.444 millones en divisas por concepto de pasajeros y viajes, lo que representa un incremento del 14% respecto al mismo periodo de 2023.
- Las frecuencias áreas internacionales aumentaron en 11% y la capacidad de sillas un 13% respecto a 2023, lo que demuestra un creciente interés y confianza en el país como destino de turismo y negocios.

- Colombia se consolida como un destino cada vez más atractivo para el turismo de cruceros. Se destaca la llegada a nuevos destinos como el Cabo de la Vela, y el retorno de la navegabilidad del Río Magdalena con fines turísticos.
- 619 eventos internacionales fueron captados por los empresarios y asociaciones con el acompañamiento de ProColombia.
- Dentro de la Ruta Exportadora de Turismo más de 17.000 personas de los 32 departamentos participaron en el Programa de Formación de Turismo, y más de 140 empresas en el Programa de Preparación y Adecuación aportando al fortalecimiento de la oferta turística del país.
- Con categorías enfocadas en la sostenibilidad, la innovación, la paz y desarrollo comunitario, así como relatos que capturan la belleza de Colombia, los Premios de Turismo Colombia 2024, buscaron identificar y premiar proyectos que destacan por su impacto positivo.

Reconocimientos ProColombia:

- Ganador del premio internacional de la Igualdad de género en el comercio, en la Categoría III, Facilitación del Comercio con el programa ELLA EXPORTA A ÁFRICA otorgado por la Organización Mundial del Comercio – OMC.
- ProColombia culminó su participación en XChange 2024 en Houston, donde recibió el premio “*Best Newcomer*” por su participación integral, que incluyó un corner país, unTech Talk y una charla sobre Colombia como proveedor estratégico de Software y TI ante un board room.
- En los *World Travel Awards 2024*, ProColombia fue reconocida como la "Mejor Agencia de Promoción en Suramérica", destacando su labor en la promoción internacional de la oferta turística del país.
- En los *Latin American Wedding Awards 2024*, ProColombia fue reconocida como la "Mejor Entidad Promotora de Turismo de Romance y Turismo de Reuniones de Latinoamérica".



Acerca de

ProColombia

Acerca de PROCOLOMBIA

Nuestro objetivo:

Ejecutar la política del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en cuanto a:

- Promoción de Colombia como destino de Inversión Extranjera Directa.
- Promoción de Colombia como proveedor de bienes no minero-energéticos y servicios.
- Promoción internacional de Colombia como destino de turismo vacacional y de reuniones.
- Promoción de Colombia a través de la marca país.

Misión

Somos la institución del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo encargada de promover las exportaciones de los bienes no mineros y servicios en el mundo, a Colombia como un destino atractivo para la inversión extranjera directa y el turismo internacional contribuyendo al desarrollo sostenible e incluyente del país.

Visión

Seremos en el 2026 la agencia de promoción de país referente en Latinoamérica, producto de una estrategia articulada con las demás entidades del Estado, enfocada en los empresarios nacionales e internacionales que contribuye a la transición energética, reindustrialización, y desarrollo de los territorios.

Valores corporativos

Los valores de ProColombia son aquellos que promueve su filosofía y cultura; a través de éstos, se pretende preservar la esencia y comportamientos propios de la organización y todo el equipo que hace parte de ella. Los valores listados a continuación son el resultado del compromiso y visión de la organización. Actualmente ProColombia cuenta con 5 competencias: Innovamos para transformar, inspiramos para liderar, nos comprometemos con nuestros clientes, empresarios y mercado, trabajando juntos generamos valor exponencial y somos digitales. Por medio del proceso para la gestión de desempeño, se realiza acompañamiento a los equipos con el fin de desarrollar y fortalecer estas competencias en aras de contribuir a los resultados del negocio.

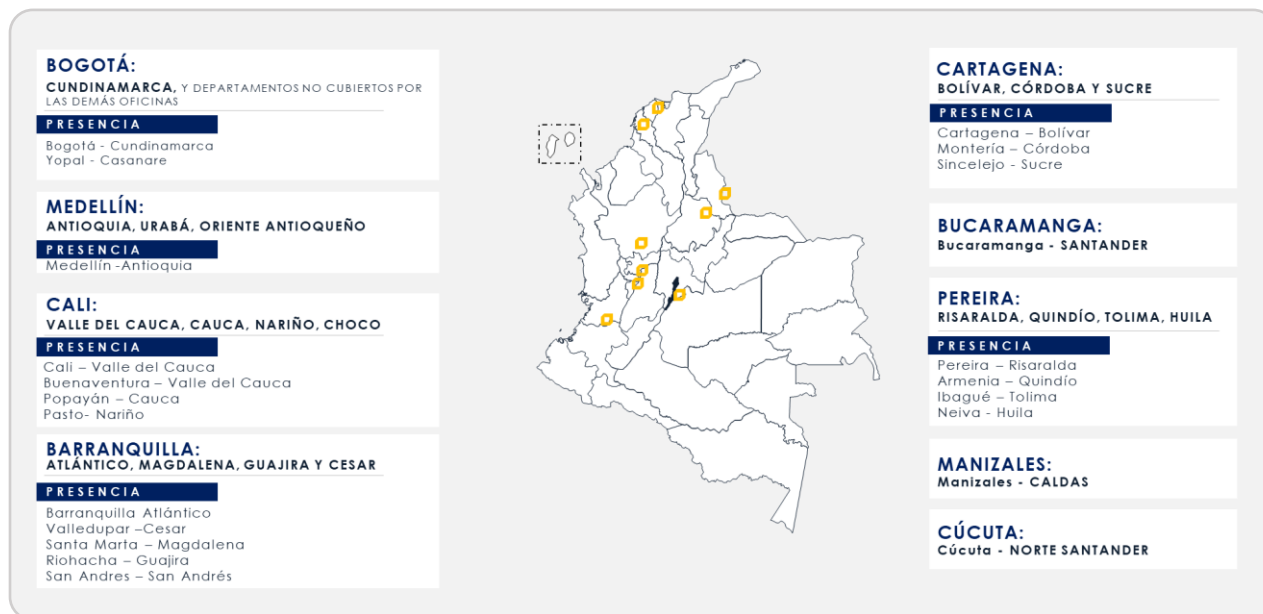
Presencia en Colombia y en el mundo

ProColombia cuenta con oficinas en Colombia y en varios países que le permite acompañar a los empresarios colombianos y extranjeros, y de esta forma facilitar el acercamiento entre la oferta nacional y la demanda internacional, promover las oportunidades que ofrece Colombia para atraer inversión extranjera directa, promover al país como destino turístico y fortalecer la imagen del país en el exterior.

- **Presencia a nivel nacional:**

ProColombia cuenta con 8 oficinas regionales, 1 sede principal en la ciudad de Bogotá, presencia en 21 departamentos y cubrimiento en todo el país.

Gráfica 1. Presencia ProColombia a nivel nacional



Fuente: Elaboración Propia – ProColombia

• **Presencia a nivel mundial:**

ProColombia tiene presencia en 32 países fuera de Colombia, a través de 24 oficinas y representantes comerciales.

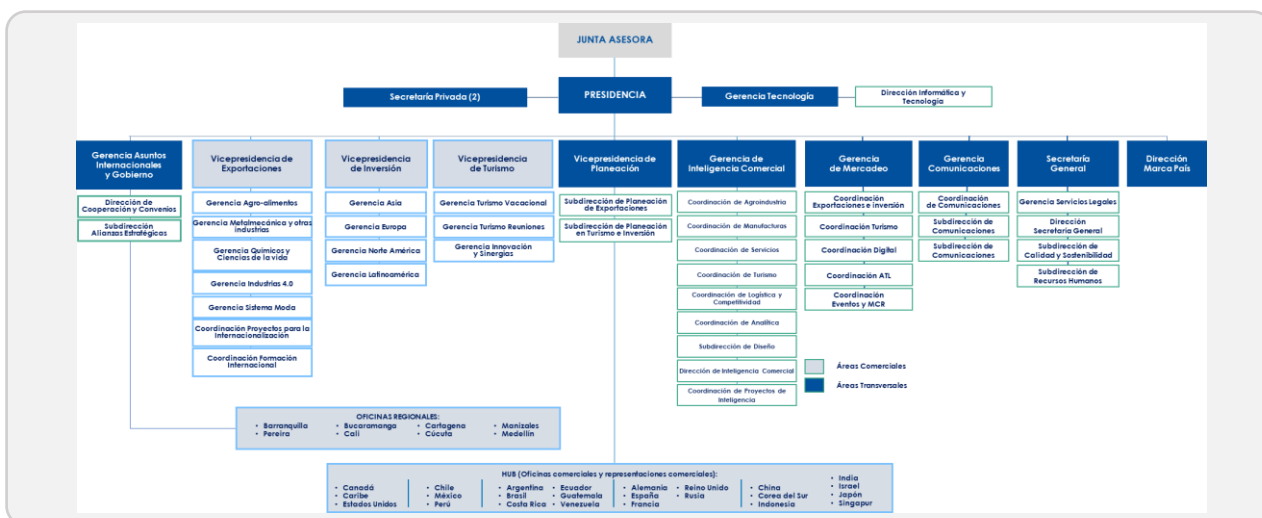
Gráfica 2. Presencia ProColombia a nivel internacional



Fuente: Elaboración Propia – ProColombia

Estructura Organizacional

Gráfica 3. Estructura organizacional ProColombia



Fuente: Elaboración Propia - ProColombia

Gobierno Corporativo

La estructura de gobierno corporativo de ProColombia facilita la implementación de lineamientos de transparencia a través de diversas instancias de toma de decisiones, orientadas a asegurar el cumplimiento del objetivo misional.

- **Instancias de toma de decisiones:**

Las instancias decisorias de ProColombia son: la Junta Asesora, el Comité de Presidencia y los Comités de áreas.

Junta Asesora:

Es la encargada, entre otras funciones, de la evaluación y aprobación de la estrategia, metas, planta de personal y presupuesto, así como de realizar el seguimiento a la gestión. Está conformada por 7 miembros: el Ministro de Comercio, Industria y Turismo; un representante de Bancoldex, dos representantes designados del Presidente de la República, dos representantes del sector privado y el Presidente de Fiducoldex (participante con voz, pero sin voto).

Comité de Presidencia:

Es el encargado de la ejecución de la estrategia y recursos de la organización, así como de la revisión y construcción de la misión, visión, valores corporativos y objetivos estratégicos, acorde con las directrices gubernamentales, junto con el seguimiento y revisión del sistema de gestión de calidad. Está conformado por la Presidente de ProColombia y los directivos de la organización.

Comités de áreas:

Son aquellos que se realizan entre la máxima autoridad del área con su equipo de trabajo para comunicar la estrategia, hacer seguimiento al plan de acción del área, revisar compromisos, entre otros.

- **Mecanismos de transparencia**

ProColombia, como organización de gobierno y en cumplimiento con su misionalidad, establece una cultura de transparencia, ética y buen gobierno, con el fin de fortalecer y desarrollar relaciones de confianza con los grupos de interés. En ese sentido, cuenta con lineamientos de transparencia los cuales se describen a continuación:

Políticas de transparencia, ética y buen gobierno:

- **Buen gobierno corporativo:** ProColombia como Patrimonio Autónomo administrado por Fiducoldex, se rige por el código de buen gobierno de la fiduciaria, el cual define las prácticas

corporativas que orientan las funciones y actividades de la sociedad fiduciaria y sus negocios. Este documento se puede consultar haciendo clic [aquí](#).

- **Código de ética:** el cual establece las normas, pautas, conductas y postulados de comportamiento ético de la organización, además, brinda herramientas necesarias para tomar decisiones correctas. ProColombia se rige por el código de ética de Fiducoldex, el cual se puede consultar haciendo clic [aquí](#).
- **Políticas de Contratación:** la contratación de ProColombia se rige por los lineamientos descritos en el Manual de contratación que define Fiducoldex para ProColombia, así mismo, la organización cuenta con procedimientos que permiten establecer responsabilidades y definir reglas de actuación frente al relacionamiento con terceros. El Manual de Contratación se puede consultar haciendo clic [aquí](#).
- **Gestión de riesgos:**

La Gestión de Riesgos es parte de la cultura organizacional y ha permitido que se pueda anticipar o tomar acciones ante situaciones que pueden generar un impacto sobre la gestión. Es por esto, por lo que se cuenta con una política y una metodología de riesgos que busca ayudar en la respuesta y atención a dichas situaciones y ser una herramienta estratégica para la toma de decisiones.

Política de Gestión de Riesgos:

ProColombia administra y gestiona los riesgos con el propósito de generar una cultura organizacional de mejoramiento continuo para prevenir eventos que puedan afectar el cumplimiento de los objetivos estratégicos y procesos, siendo parte integral del Sistema de Gestión de Calidad.

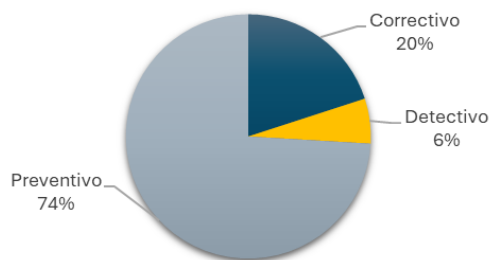
La metodología de Gestión de Riesgos se rige bajo los lineamientos del Sistema de Administración de Riesgos (SIAR) de Fiducoldex y tiene como referencia su protocolo de evaluación de riesgo operacional.

Para 2024 se identificaron 58 riesgos, los cuales se clasifican entre estratégicos, operacionales, normativos, datos personales, reputacionales, LAFT, financieros, legales, fraude, corrupción, de seguridad de la información y tecnológicos.

En comparación con 2023, si bien el número de riesgos identificados se redujo, pasando de 59 a 58, al revisar la información de los controles asociados a los riesgos, se observa que, de 145 controles identificados en 2023, se pasó a 185 controles en 2024, representando así un aumento del 28%.

Como parte del análisis de los controles definidos, estos se clasifican en preventivos, detectivos y correctivos, con la siguiente composición:

Gráfica 4. Distribución de los controles implementados en la gestión de riesgos

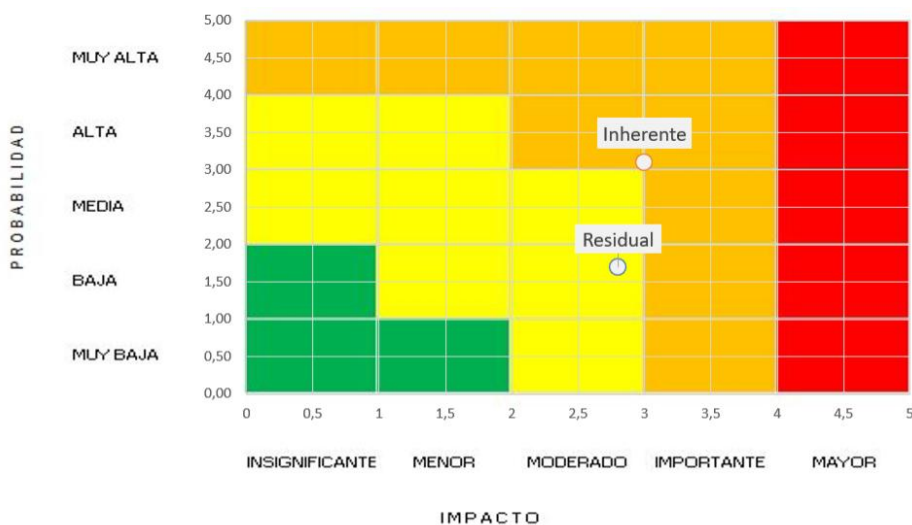


Fuente: Cálculos ProColombia

Respecto al año previo, se observa una reducción del porcentaje que representan los controles de tipo “preventivo” sobre el total, pasando del 99% al 74% en 2024. Este cambio se genera como resultado de la inclusión de controles de tipo “correctivo”, los cuales permiten que la organización esté preparada para actuar en caso de que se materialicen las situaciones de riesgo.

Como resultado general para 2024, la calificación inherente de los riesgos ubicó a la organización en un perfil de riesgo “ALTO”. Sin embargo, gracias a la implementación de los controles se obtuvo una calificación residual de riesgos que ubica a ProColombia en un perfil de riesgo “MEDIO”, evidenciando así la robustez y eficacia de los controles definidos y ejecutados por los distintos procesos de la organización.

Gráfica 5. Mapa de riesgo operacional



Fuente: Cálculos ProColombia

- **Gestión de calidad:**

ProColombia cuenta con un Sistema de Gestión de Calidad que permite definir lineamientos estratégicos para estandarizar procesos, mejorar los servicios y relacionamiento con los grupos de interés acorde con las tendencias mundiales.

Política de Calidad:

Mantener un excelente nivel de calidad en la prestación de los servicios y una cultura de mejoramiento continuo acorde con las políticas gubernamentales, para contribuir al posicionamiento de Colombia en el exterior, promocionar las exportaciones de bienes no minero energéticos y servicios, el turismo internacional, la inversión extranjera directa.

El patrimonio se encuentra certificado bajo la norma ISO 9001:2015 y como resultado de la auditoria de calidad realizada por el ICONTEC en 2024 **se obtuvo la recertificación del Sistema de Gestión de Calidad**, resaltando que se logró con cero No Conformidades, logro que se ha mantenido en los últimos 11 años.

- **Control y rendición de cuentas:**

ProColombia, como Patrimonio Autónomo administrado por Fiducoldex, presenta su rendición de cuentas por medio de la fiduciaria, la cual presenta informes semestrales al Ministerio de Comercio Industria y Turismo, de acuerdo con la normatividad del Código de Comercio, a la Superintendencia Financiera de Colombia y a la Contraloría General de la República.

Así mismo, la Presidente de ProColombia presenta de manera periódica a la Junta Asesora, informes que resumen los avances y logros obtenidos durante la vigencia. Para más información sobre los informes de rendición de cuentas de la fiduciaria, haga clic [aquí](#).

La Sostenibilidad es nuestro modelo

Como agencia de promoción del país en materia de inversión extranjera directa, exportaciones no minero energéticas, turismo internacional y Marca País, contribuye al desarrollo sostenible de Colombia y define su rol en torno a los siguientes aspectos:

- Fomentando la sostenibilidad como atributo para mejorar la competitividad de Colombia frente a las exigencias de los mercados internacionales.
- Siendo responsable como organización gubernamental de fomentar las diferentes iniciativas sostenibles, acorde con los lineamientos del estado colombiano.
- Actuando con coherencia y responsabilidad como organización, minimizando sus impactos negativos y potenciando los positivos.

Conscientes de este rol, se implementa un modelo de sostenibilidad, como herramienta estratégica transversal, útil para el cumplimiento de los objetivos misionales y a la vez permite mantener la coherencia entre lo que se promueve y lo que se practica. El Modelo de Sostenibilidad establece dos compromisos fundamentales, los cuales están estrechamente ligados como se observa en la siguiente gráfica:

Gráfica 6. Modelo de sostenibilidad



Fuente: Elaboración Propia - ProColombia

• **Asuntos materiales de ProColombia:**

Se está llevando a cabo un proceso para identificar los asuntos económicos, sociales, ambientales y de gobernanza más importantes para la organización y sus grupos de interés. Estos temas de materialidad permiten reconocer aquellos de mayor relevancia a corto, mediano y largo plazo.

Este proceso se desarrolla en varias fases: en primer lugar, se identificaron los temas materiales, considerando como marco de referencia los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), los estándares GRI y la planeación estratégica de la organización. Posteriormente, se procederá a validar dichos temas con los grupos de interés de la organización, este último paso se espera realizar en 2025 y de esta forma general la matriz de materialidad para la organización.

A continuación, se presentan los temas materiales identificados:

Tabla 1. Identificación de temas materiales acorde al modelo de sostenibilidad

Compromiso	Temática	Descripción	Alineación ODS	Alineación GRI
Interno	Transparencia y ética	Para ProColombia es esencial fortalecer la confianza de sus grupos de interés, por lo cual implementa procesos que le permiten garantizar que las operaciones de la entidad se desarrollen de manera responsable, alineada con estándares éticos y buenas prácticas organizacionales.	<ul style="list-style-type: none"> - ODS 16: Paz, justicia e Instituciones Sólidas 	<ul style="list-style-type: none"> - GRI 205: Anticorrupción - GRI 416: Salud y seguridad de los clientes - GRI 418: Privacidad del cliente
	Impacto ambiental	ProColombia es consciente que, como parte de sus actividades genera un impacto al medio ambiente, razón por la cual lleva a cabo acciones para disminuir tales impactos de la misma manera que lo promueve en las empresas con las que trabaja.	<ul style="list-style-type: none"> - ODS 6: Agua limpia y saneamiento - ODS 7: Energía asequible y no contaminante - ODS 12: Producción y consumo responsables - ODS 13: Acción por el clima 	<ul style="list-style-type: none"> - GRI 302: Energía - GRI 303: Agua y efluentes - GRI 305: Emisiones - GRI 306: Residuos
	Cero discriminación	ProColombia basa su cultura organizacional bajo los pilares del respeto por los derechos humanos, los derechos laborales, la diversidad, la equidad y la inclusión, desarrollando y promoviendo espacios libres de discriminación.	<ul style="list-style-type: none"> - ODS 5: Igualdad de Género - ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico - ODS 10: Reducción de las Desigualdades 	<ul style="list-style-type: none"> - GRI 401: Empleo - GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo - GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades - GRI 406: No discriminación - GRI 408: Trabajo infantil - GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio
	Impacto social	ProColombia promueve, facilita y apoya el trabajo voluntario de los colaboradores con el objetivo de generar un impacto positivo en la sociedad y complementar el trabajo con población diferencial desarrollado desde los ejes misionales.	<ul style="list-style-type: none"> - ODS 1: Fin de la pobreza - ODS 4: Educación de calidad - ODS 10: Reducción de las Desigualdades - ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos 	
	Nuestro talento	ProColombia busca brindar las herramientas necesarias para el desarrollo individual y colectivo del Talento ProColombia, de acuerdo con las necesidades tanto de la organización como de los colaboradores, brindándoles un lugar donde pueden formarse, desarrollarse y crecer.	<ul style="list-style-type: none"> - ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico 	<ul style="list-style-type: none"> - GRI 404: Formación y educación
	Cadena de valor sostenible	ProColombia lleva a cabo un trabajo en conjunto con los proveedores en la implementación de prácticas sostenibles, propiciando espacios para compartir buenas prácticas, ampliando la base de proveedores que implementen acciones en esta materia, y generando políticas de selección y evaluación sostenible en la cadena de valor.	<ul style="list-style-type: none"> - ODS 5: Igualdad de Género - ODS 6: Agua limpia y saneamiento - ODS 7: Energía asequible y no contaminante - ODS 10: Reducción de las Desigualdades - ODS 12: Producción y consumo responsables - ODS 13: Acción por el clima 	<ul style="list-style-type: none"> - GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores - GRI 414: Evaluación social de proveedores

Misional	Derechos humanos, diversidad, equidad e inclusión	ProColombia se compromete a promover la igualdad de oportunidades para todas las personas independientemente de su género, edad o condición social, impulsando el trabajo digno y el comercio justo, incluso en territorios con enfoque diferencial, mediante acciones que permitan aprovechar las oportunidades comerciales del segmento de diversidad, equidad e inclusión, acorde con las exigencias mundiales y las directrices gubernamentales.	<ul style="list-style-type: none"> - ODS 1: Fin de la pobreza - ODS 5: Igualdad de Género - ODS 10: Reducción de las Desigualdades - ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos 	<ul style="list-style-type: none"> - GRI 411: Derechos de los pueblos indígenas - GRI 413: Comunidades locales
	Desarrollo económico	Mediante el cumplimiento de los objetivos organizacionales, la organización aporta al desarrollo económico sostenible del país, a través de la promoción de Colombia en los mercados externos y el acompañamiento a empresarios nacionales e internacionales.	<ul style="list-style-type: none"> - ODS 1: Fin de la pobreza - ODS 2: Hambre cero - ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico - ODS 9: Industria, innovación e infraestructura - ODS 10: Reducción de las Desigualdades - ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos 	<ul style="list-style-type: none"> - GRI 201: Desempeño económico - GRI 203: Impactos económicos indirectos
	Contribución al medio ambiente	Como parte de la gestión de ProColombia y su alcance misional, es fundamental participar en iniciativas y generar acciones que permitan que Colombia logre sus metas ambientales y aproveche de una manera responsable sus recursos naturales.	<ul style="list-style-type: none"> - ODS 6: Agua limpia y saneamiento - ODS 7: Energía asequible y no contaminante - ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles - ODS 12: Producción y consumo responsables - ODS 13: Acción por el clima - ODS 14: Vida submarina - ODS 15: Vida de ecosistemas terrestres - ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos 	<ul style="list-style-type: none"> - GRI 302: Energía - GRI 303: Agua y efluentes - GRI 304: Biodiversidad - GRI 305: Emisiones - GRI 306: Residuos
	Transferencia del conocimiento	En el marco de la estrategia misional de ProColombia, es fundamental desarrollar espacios de divulgación de conocimiento alrededor del territorio colombiano, llegando a las regiones más apartadas del país, a través de los cuales se fortalece la oferta colombiana, contribuyendo al desarrollo social y económico de las comunidades.	<ul style="list-style-type: none"> o ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico o ODS 9: Industria, innovación e infraestructura o ODS 10: Reducción de las Desigualdades 	<ul style="list-style-type: none"> - GRI 404: Formación y educación
	Promoción de Colombia, El País de la Belleza	Para ProColombia es fundamental aprovechar los atributos positivos de Colombia para posicionar al país con un valor diferencial, que facilite el desarrollo de negocios y el turismo internacional.	<ul style="list-style-type: none"> o ODS 5: Igualdad de Género o ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico o ODS 12: Producción y consumo responsables o ODS 13: Acción por el clima 	<ul style="list-style-type: none"> - GRI 302: Energía - GRI 305: Emisiones - GRI 401: Empleo - GRI 412: Derechos Humanos
	Sinergias con otras organizaciones	ProColombia trabaja de la mano con distintas organizaciones por medio de alianzas estratégicas y de cooperación que potencializan el impacto, generan una optimización de recursos y permiten un crecimiento sostenido de la gestión comercial de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> o ODS 16: Paz, justicia e Instituciones Sólidas o ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos 	

Fuente: Elaboración Propia -ProColombia

Nuestro compromiso con los Derechos Humanos, la Diversidad, Equidad e Inclusión

En concordancia con los lineamientos internacionales y nacionales, el compromiso con el respeto de los derechos humanos y el fomento de la diversidad, equidad e inclusión toma en cuenta los siguientes seis aspectos:

- El trato digno, respetuoso, equitativo y tolerante en todas las actividades que lleva a cabo ProColombia como parte de su operación, lo cual se refleja a través de las políticas organizacionales y lo dispuesto en el código de ética.
- Identificación y tratamiento de situaciones de riesgos psicosociales y acoso laboral, mediante la puesta en marcha de instancias formales que permiten proteger los derechos de los colaboradores y prevenir la discriminación.
- Desarrollo de programas de bienestar y crecimiento profesional que atiendan las necesidades de todos los colaboradores, asegurando que cada uno de ellos se sienta valorado y apoyado en su desarrollo personal y profesional.
- Rechazo de la violación de los derechos humanos, la explotación infantil y el trabajo forzoso, mediante las políticas de contratación y la exigencia del cumplimiento estricto de las normas laborales.
- Fomento del trabajo digno y el comercio justo, mediante acciones que permitan aprovechar las oportunidades comerciales del segmento de equidad de género e inclusión social.
- Promoción de la igualdad y la no discriminación a cualquier colaborador en cuanto a salario, prestaciones, incentivos u otras formas de compensación y remuneración.

En este contexto, se crea la Política de Derechos Humanos, Diversidad, Equidad e Inclusión, la cual establece el Comité de Diversidad, Equidad e Inclusión, cuyo propósito es asegurar el desarrollo de un plan de trabajo para el cumplimiento de dicha política. Este comité será conformado y formalizado durante 2025.

Las funciones principales del Comité de Diversidad, Equidad e Inclusión es velar por cumplimiento de la presente política, además incluirán:

- Revisar y actualizar la política cuando se considere necesario, según los lineamientos organizacionales y acorde a la reglamentación colombiana vigente.
- Hacer seguimiento a los planes de acción que permitan avanzar en el cumplimiento de los objetivos de la presente política.
- Impulsar y comunicar las iniciativas dirigidas a garantizar la diversidad, equidad e inclusión.

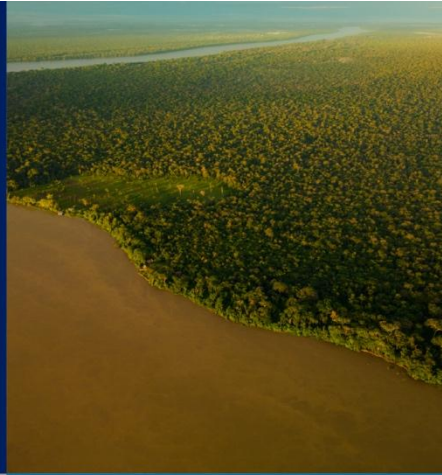
- Sugerir recomendaciones al comité de presidencia, cuando se considere necesario, con el fin de implementar mejoras que puedan robustecer la presente política.

Grupos de interés

Tabla 2. Identificación de grupos de interés transversales y misionales

	Definición	¿Con quiénes trabajamos?	Mecanismos de diálogo	
Comunidad Empresarial	Empresas que reciben servicios de ProColombia	Exportadores, compradores, inversionistas extranjeros, fondos de capital privado, inversionistas colombianos, agencias de viaje, redes de turismo, cruceros, marinas, mayoristas de turismo, distribuciones de turismo, asociaciones, clubes, bureaux, etc.	Atención Centros de Información, acompañamiento y asesoría especializada, eventos, actividades de promoción, evaluaciones de satisfacción y resultados comerciales, comités y reuniones con los empresarios, portales web	TRANSVERSALES
Gremios & Aliados	Organizaciones con quienes ProColombia trabaja en conjunto para alcanzar objetivos comunes	Instituciones académicas, gremios empresariales, cooperantes, cámaras de comercio	Relacionamiento permanente, comités, eventos, portales web, actividades de promoción	
MINCIT, entidades gubernamentales y diplomáticas	Organizaciones públicas en Colombia y en el exterior con quien ProColombia trabaja articuladamente para cumplir objetivos comunes	Entidades gubernamentales nacionales, regionales, locales, embajadas y cancelerías	Relacionamiento permanente, comités, eventos, portales web, actividades de promoción	
Otros entes de promoción	Otras entidades homólogas a ProColombia en otros países o en las regiones	Agencias de promoción internacional (TPO, IPA), Agencias de promoción de inversión regional (APRIS), Organizaciones Internacionales	Relacionamiento, periódico, eventos, comités, actividades de promoción de Colombia	
Medios de comunicación	Son aquellos con los cuales ProColombia divulga la gestión realizada y promueve a Colombia en el exterior	Prensa escrita, televisión, radio, redes sociales	Relacionamiento periódico, visitas y reuniones, ruedas de prensa, contenidos y publicaciones	
Colaboradores	Talento Humano vinculado a la organización quienes con su trabajo aportan al cumplimiento de las estrategias de ProColombia	Colaboradores directos, indirectos y practicantes	Encuestas de clima laboral, reuniones periódicas de equipo, medios de comunicación interna, ciclo del talento	MISIONALES
Entes de control	Organismos que vigilan y ejercen control disciplinario y fiscal sobre los recursos de ProColombia	Contraloría General de la República	Auditorías, presentación de información requerida, planes de mejoramiento	
Junta Asesora	Máximo órgano de gobierno de ProColombia, encargada, entre otras funciones, de la evaluación y aprobación de la estrategia, metas, planta de personal y presupuesto, así como de realizar el seguimiento de la gestión	El Ministro de Comercio, Industria y Turismo, un representante de Bancolédex, dos representantes designados del Presidente de la República, dos representantes de del sector privado y el Presidente de Fiducolédex	Reuniones mensuales de junta	
Proveedores	Son personas naturales o jurídicas que suministran algún bien o prestan servicios a ProColombia, para el cumplimiento de los objetivos organizacionales	Proveedores de alta y bajo impacto al negocio	Relacionamiento permanente, informes de supervisión, evaluaciones	
Consultores y expertos	Son personas que aportan su conocimiento y experiencia a las empresas como parte de los servicios que presta ProColombia	Expertos, consultores, conferencistas	Reuniones de direccionamiento, seguimiento y retroalimentación	

Fuente: Elaboración Propia -ProColombia



Contexto macroeconómico, ambiental y social

Contexto macroeconómico, ambiental y social

Contexto Macroeconómico

De acuerdo con las cifras más recientes del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), entre enero y septiembre de 2024 la economía colombiana creció un 1,6% en comparación con el mismo período de 2023, superando los incrementos del 0,7% y 1,4% registrados en los trimestres anteriores. Asimismo, al analizar el crecimiento del tercer trimestre de 2024 (julio-septiembre), se evidencia un crecimiento de 2,0% en relación con el mismo lapso de 2023, con lo cual la economía colombiana acumula dos trimestres consecutivos con expansiones superiores al 2%.

Una de las noticias positivas de 2024 fue que el consumo de los hogares retomó su senda de crecimiento, impulsado especialmente por el gasto en servicios y, en menor medida, en bienes durables y no durables. El aumento de los ingresos reales de los hogares estuvo favorecido por la desaceleración de la inflación, la reducción de las tasas de interés y la resiliencia del mercado laboral. Gracias al impulso del consumo y al control de la inflación, la economía colombiana crecería 1,9% en 2024, según el Informe de Política Monetaria de octubre del Banco de la República.

En términos de sectores, de enero a septiembre de 2024, 9 de las 12 actividades económicas registraron expansión frente al mismo período de 2023. Los mayores crecimientos se observaron en actividades artísticas, de entretenimiento y recreación, y otras actividades de servicios (9,8%), agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca (8,9%), administración pública, educación y salud (4,2%), suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado (2,7%) y construcción (2,4%). Por el contrario, las caídas más pronunciadas se dieron en la industria manufacturera (-2,8%) y la explotación de minas y canteras (-4,1%).

En 2024, la reactivación económica ha sido impulsada principalmente por la industria del entretenimiento, el sector agropecuario y la administración pública. Este dinamismo se explica por el auge de los juegos de azar en línea, la mejora de las condiciones climáticas y el incremento de los ingresos reales de los hogares, resultado por la menor inflación. Así mismo, se registró uno de los descensos más pronunciados de la inflación desde la implementación del esquema de inflación objetivo en Colombia. La inflación anual se desaceleró al 5,2% en noviembre, frente al 9,3% al cierre de 2023, evidenciando la efectividad de las medidas implementadas por el Banco de la República. Esta reducción, sumada a las menores tasas de interés, sientan las bases para un entorno financiero más favorable que impulsa el consumo y la inversión. Por su parte, la gestión macroeconómica sólida, basada en políticas prudentes y mecanismos de ajuste contra cíclico, ha sido clave para preservar la estabilidad de la economía colombiana y afrontar con éxito los retos del entorno global.

Por último, es importante destacar que, a lo largo de los últimos 40 años, la economía colombiana ha demostrado una notable resiliencia ante las crisis globales. A diferencia de muchos países latinoamericanos,

Colombia solo experimentó crecimientos negativos en dos ocasiones: durante la crisis financiera de 1999 y la pandemia de 2020. Esta estabilidad se ha traducido en un crecimiento promedio superior al de la región, lo que la posiciona como una economía sólida y con perspectivas favorables. Si bien el país enfrenta desafíos importantes, cuenta con mecanismos y políticas que le permiten mantener un crecimiento sostenido a largo plazo.

Contexto ambiental y social

Colombia se ha destacado por su liderazgo en la adopción de medidas a favor de la sostenibilidad. Además de alinearse con la agenda global en dicha materia, el país ha ratificado convenios internacionales y ha creado marcos regulatorios que promueven la conservación ambiental y el desarrollo social en sus territorios. Todas estas acciones han reafirmado el compromiso de Colombia con la sostenibilidad.

- **Alineación con la agenda global sostenible:**

En materia de convenciones internacionales, Colombia fue el primer país de la región en incorporar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en el Plan Nacional de Desarrollo (PND), apuntándole al cumplimiento de la Agenda 2030 a través de la implementación de la Ley 1753 de 2015 y posteriormente el CONPES 3918, además fue uno de los países firmantes del Acuerdo de París, lo cual fue ratificado a través de la Ley 1844 de 2017. De la misma manera, Colombia, como miembro número 37 de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), tiene la responsabilidad de cumplir con los compromisos adquiridos en materia de bienestar económico, social y ambiental de toda la nación. En la ratificación, mediante la Ley 1950 de 2019, Colombia se comprometió en implementar un esquema de desarrollo que preserve la biodiversidad del país. Además, Colombia ratificó el Acuerdo de Escazú mediante la Ley 2273 de 2022, que aprueba el acuerdo regional sobre acceso a la información, la participación pública y el acceso a la justicia en asuntos ambientales, todo esto en virtud del principio de publicidad y el derecho a vivir en un ambiente sano.

Colombia hace parte de otras iniciativas como la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de fauna y flora silvestres (CITES) y la Declaración de los Emiratos sobre Agricultura Sostenible, Sistemas Alimentarios Resilientes y acción climática. Junto a otros 133 países, Colombia se comprometió a seguir el marco para una acción climática y ambiental transformadora basada en la alimentación, dado que contempla la producción, consumo, reducción de pérdidas y desperdicio de alimentos.

Colombia también hace parte del Convenio de Diversidad Biológica (CDB), mediante la Ley 165 de 1994. De hecho, en el marco de la COP26 del 2021, Colombia se comprometió con declarar el 30% del territorio nacional como área protegida en 2022 y no en 2030, como inicialmente estaba previsto. Adicionalmente, se establecieron los siguientes objetivos como país: reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero en un 51% para 2030; ser país carbono neutral para 2050; y lograr una deforestación neta 0 para el 2030. En el marco de la COP28 de 2023, Colombia tuvo un papel protagónico al ser el primer país

latinoamericano en apoyar y adherirse al Tratado de no Proliferación de Combustibles Fósiles, mecanismo que busca “gestionar una transición justa y global que abandone el carbón, el petróleo y el gas”.

Un evento destacado fue la elección de Colombia como sede de la COP16 sobre biodiversidad, la primera conferencia de este tipo tras la adopción, a finales de 2022, del Marco Global de Biodiversidad Kunming-Montreal por parte de 196 países. Este marco tiene como objetivo detener y revertir la pérdida de biodiversidad para 2030. La COP16 se llevó a cabo en la ciudad de Cali, Colombia, bajo el lema "Paz con la Naturaleza", y en ella se abordaron temas clave relacionados con la conservación de la biodiversidad, el uso sostenible de sus componentes y la distribución justa y equitativa de los beneficios derivados de la utilización de los recursos naturales.

- **Fortalecimiento del marco regulatorio:**

En el marco del PND 2022 - 2026, el Gobierno Nacional tiene como objetivo enfocarse en tres frentes: el ordenamiento del territorio alrededor del agua, la transformación de las estructuras productivas, de tal manera que las economías limpias y biodiversas reemplacen la producción intensiva en el uso del carbono, y la sostenibilidad tiene que estar acompañada de la equidad y la inclusión.

Así mismo, como parte de las apuestas gubernamentales, sobre la construcción de la Paz Total, enfocado al objetivo de desarrollo sostenible #16 Paz, Justicia e Instituciones Sólidas, se sancionó la modificación, adición y prórroga de la Ley 418 de la Paz Total, con el objetivo de preservar y garantizar la seguridad humana. En su artículo 6, se determina: “...se fijarán políticas, programas y proyectos, dirigidos al cumplimiento de los acuerdos de paz pactados y el logro de la paz, así como el desarrollo social y económico equitativo, la protección de la naturaleza y la integración de las regiones, en especial, los municipios más afectados por la violencia o aquellos en los que la presencia del Estado ha sido insuficiente...”. En otras palabras, se entiende que la Justicia Social, Justicia Económica y Justicia Ambiental tienen como resultado la Paz Total.

De la misma manera, el Gobierno Nacional estableció la Política de Reindustrialización como el conjunto de medidas que busca cerrar brechas de productividad, fortalecer los encadenamientos productivos y la inversión; diversificar y sofisticar la oferta interna y exportable, y profundizar la integración con América Latina y el Caribe, para transitar hacia una economía del conocimiento, productiva y sostenible. Dicha política le apunta a 5 pilares fundamentales: la transición energética; la agroindustrialización y soberanía alimentaria; la reindustrialización en el sector salud; la reindustrialización para la defensa y la vida; y los territorios y su tejido empresarial.

En miras de una internacionalización justa y equilibrada de las empresas y los territorios, el Gobierno Nacional estableció la Política de Comercio Exterior con cinco apuestas: atracción de inversión extranjera para el desarrollo sostenible; internacionalización de los territorios; integración con América Latina y el Caribe, Asia y África; multilateralismo activo y propositivo; y una internacionalización justa y equilibrada.

Así mismo, Colombia cuenta con una Política de Turismo Sostenible “Unidos por la naturaleza” la cual busca equilibrar el desarrollo económico, la protección ambiental y el respeto cultural. Esta política está enmarcada en el Plan Sectorial de Turismo 2022-2026 “Turismo en armonía con la vida”, el cual pretende democratizar el turismo, mejorar la infraestructura y seguridad, fomentar el desarrollo sostenible y fortalecer las economías locales con trabajo comunitario.

- **Avances en el desarrollo sostenible de Colombia:**

Colombia es pionera en América Latina al incluir la bioeconomía en sus programas de desarrollo, con el fin de impulsar el desarrollo socioeconómico mediante la gestión sostenible de la biomasa, la biodiversidad y los servicios ecosistémicos. De hecho, se espera que le bioeconomía contribuya al 10% del PIB con más de 2,5 millones de empleos para 2030¹. En consecuencia, en el marco de la COP16 realizada en 2024 se formalizó el plan de acción de biodiversidad, el cual plantea seis metas y contempla 191 acciones estratégicas en las que Colombia se compromete para revertir la pérdida de la Biodiversidad.

En materia de transición energética, Colombia ya cuenta con 1.83 GW de proyectos en operación y pruebas, a través de parques solares y eólicos, además ha puesto en marcha iniciativas tales como la hoja de ruta para la producción de hidrógeno, hoja de ruta para la energía eólica y la aplicación de acciones en comunidades y municipios energéticos, mediante las cuales se busca comercializar o usar eficientemente la energía a través de fuentes no convencionales.

Por otro lado, el Gobierno Nacional creó el Ministerio de la Igualdad, con el objetivo de velar por la defensa de los sujetos de especial protección constitucional, población vulnerable y grupos históricamente discriminados o marginados. Dentro de sus funciones se encuentra crear, gestionar y promover acciones con enfoque de derechos de género, diferencial, étnico-racial, e interseccional, para el cierre de brechas, el avance de la inclusión, la superación de la desigualdad, en el orden nacional, departamental, distrital y municipal.

Con relación al turismo sostenible, se destaca que Colombia cuenta con 8 playas con bandera azul, reconocimiento que es otorgado por la Fundación para la Educación Ambiental (FEE) y liderado por la ONU Turismo, por cumplir con criterios de agua, seguridad de servicios, gestión, educación e información ambiental. Así mismo, el país ha creado con el apoyo de la Aeronáutica Civil una hoja de ruta integral para producir biocombustibles sostenibles para la aviación.

¹ Bioeconomía para una Colombia Potencia Viva y Diversa: Hacia una sociedad impulsada por el conocimiento (2020) Pag 39. Disponible haciendo clic [aquí](#).



Marca País
Colombia,
el país de la belleza

Marca País, Colombia el país de la belleza

El posicionamiento de la narrativa de la Marca País “Colombia, el país de la belleza” a través de diferentes acciones de promoción ha sido clave para resaltar la riqueza natural y cultural del país y aportar a la generación de oportunidades en la atracción de inversión, turismo, y la promoción de las exportaciones.

Acciones para el posicionamiento de la marca país

En 2024, se desarrollaron diferentes acciones, de las cuales se destacan:

- Implementación de un plan de medios internacional y nacional con el objetivo de dar a conocer la narrativa "Colombia, el país de la belleza" y sensibilizar sobre los atributos que lo hacen único. Se destaca la publicación de 12 avisos en prensa internacional cuyo alcance estimado fue de más de 7 millones de lectores. Estos avisos se realizaron entre marzo y abril en los siguientes medios: El Universo de Ecuador, Le Monde de Francia, El Universal de México, The New York Times de Estados Unidos, Folha de Sao Sao Paulo de Brasil, Panamá América de Panamá, El Mercurio de Chile, La República de Perú, The National Post de Canadá, Frankfurter Allgemeine Zeitung de Alemania y The Guardian de Reino Unido. Por su parte a nivel local se alcanzaron más de 5 millones de televidentes, 3 millones de oyentes, 2 millones de lectores y 777.760 impresiones.

Gráfica 7. Avisos de prensa internacionales – Marca País



Fuente: aviso de prensa en Le Monde de Francia y en Frankfurter Allgemeine Zeitung de Alemania

- Copa América: en el marco de este evento deportivo desarrollado entre junio y julio, se realizó un plan de medios obteniendo más de 100 publicaciones en redes sociales y más de 50 millones de impresiones². Adicionalmente, en el marco de este evento, se crearon contenidos asociados a los saberes ancestrales.

² Corresponde al número de veces que un contenido, como un anuncio, publicación o mensaje, es visualizado por los usuarios

Gráfica 8. Imágenes - Copa América - Marca País



Fuente: Imágenes disponibles en redes sociales - ProColombia

- MADO 2024: por primera vez en su historia la gran cita del Orgullo LGBTQI+ de Madrid, tuvo un país invitado y fue Colombia. Este evento contó con la presencia de más de 1 millón de personas y generó en medios 3.024 impactos en prensa, TV, radio e internet y más de 12 millones de impresiones logrando un gran alcance para el país.
- 20 de julio: lanzamiento de la campaña **#DaleLaVueltaALaBandera** con acciones orgánicas en redes sociales rindiendo un homenaje a los destinos colombianos con 89.452 impresiones.
- Media Maratón del Mar: participación en el evento en febrero en el que los deportistas asistentes tuvieron la oportunidad de ver el corpóreo³, formato publicitario instalado.

Gráfica 9. Imágenes - Media Maratón del Mar - Marca País



Fuente: Imágenes - ProColombia

- MetGALA: en el marco del evento que se realizó en mayo se realizó un contenido con inteligencia artificial en redes sociales en el que la animación simuló la entrega de un arreglo floral que se posa sobre la fachada del Museo Metropolitano de Nueva York cargado por colibríes.

³ Formato de gran tamaño y profundidad tridimensional para destacar la marca.

- Tienda Colombia: se cuenta con un catálogo disponible que presenta los productos con diseños inspirados en la biodiversidad de las regiones del país y la riqueza cultural. Dentro de los productos más vendidos se encuentran las bolsas, las tazas de peltre y las gorras.

Por su parte, dando continuidad al fortalecimiento de la relación a través de alianzas que permitan promocionar la narrativa de Colombia y generar acciones para la visibilidad a la Marca País en diferentes escenarios, se resaltan los siguientes resultados:

- Licencia de uso para Marca País y sellos: con más de 200 contratos, dentro de los cuales 71 son renovaciones y se disponen de 3 sellos activos.
- Juegos Olímpicos y Paralímpicos 2024: de la mano del Comité Olímpico Internacional, se desarrolló la campaña **#DaleLaVueltaALaBandera**.

Gráfica 10. Imágenes - Juegos Olímpicos y Paralímpicos 2024 - Marca País



Fuente: Imágenes publicadas en redes sociales

- Buque Gloria: alianza con Armada Nacional para el acompañamiento de su travesía con la asistencia de cerca de 200 mil visitantes internacionales. Es así como el Buque se convierte en una insignia cultural, difundiendo la riqueza colombiana y extendiendo la invitación a visitar el país.
- Smartfilms: en conjunto con Valencia Producciones se realizó la participación en el festival Smartfilms, con la creación de la categoría "El país de la belleza" con el objetivo de obtener material audiovisual que muestre experiencias innovadoras relacionadas con turismo.
- Cien años de soledad: alianza con Netflix para una campaña con diferentes acciones de promoción en el marco del lanzamiento de la serie, y acciones orgánicas como planes de difusión. Se creó el *landing*⁴ "Macondo" en Colombia, así como, la elaboración de los guiones para la *docuserie*⁵.

⁴ Es una página web diseñada específicamente para que los usuarios lleguen después de hacer clic en un enlace o anuncio.

⁵ Producción audiovisual en formato de serie que presenta contenido documental a lo largo de varios episodios, explorando de manera profunda y detallada un tema específico.

Gráfica 11. Imágenes - Cien años de soledad - Marca País



Fuente: Imágenes publicadas en redes sociales

- Juntos aparte: creación de contenido para el aliado Juntos & Aparte, más información se puede consultar haciendo clic [aquí](#).
- Alcagüete - Tienda Horeca: se realizó una alianza en la que se promocionó el pandebono como el mejor pan del mundo. Para esto, se grabaron reels⁶ en donde se prepararon diferentes recetas que fueron publicadas en redes sociales, disponible haciendo clic [aquí](#).
- Cumbia Films: se apoyó al plan de difusión digital de la película la Suprema, que resalta la unión y resiliencia de los colombianos, se realizaron piezas gráficas y una invitación para divulgar la participación en los Óscar's y Goya. En Instagram se puede encontrar una de las publicaciones, disponible haciendo clic [aquí](#).
- Kaffeto: plan de difusión en apoyo al aliado alrededor de los productos de origen colombiano utilizados en sus chocolates. Más información se puede consultar haciendo clic [aquí](#).
- Itzia, Tango y Cacao: se firmó la alianza en diciembre para que a través de la película Itzia, Tango y Cacao y sus contenidos se promocionan los atributos de Colombia. Más información se puede consultar haciendo clic [aquí](#).

Adicionalmente, en 2024, se realizó el proyecto Migración Fase 1 que corresponde al diseño y producción de nuevas piezas gráficas para el posicionamiento de "Colombia, el país de la belleza" en los 3 principales aeropuertos del país, como los son Bogotá, Cali y Cartagena, culminando su implementación con éxito y se ha avanzado en la fase 2 que tiene impacto en los puntos aéreos, terrestres y fluviales de Migración Colombia.

⁶ Video corto, utilizado en plataformas de redes sociales, cuyo formato está diseñado para captar rápidamente la atención del espectador, mostrando contenido creativo, informativo o promocional de manera dinámica y visualmente atractiva.

Alineación de la Marca País con los Objetivos de Desarrollo Sostenible



Divulgación de información sobre estilos de vida en armonía con la naturaleza.



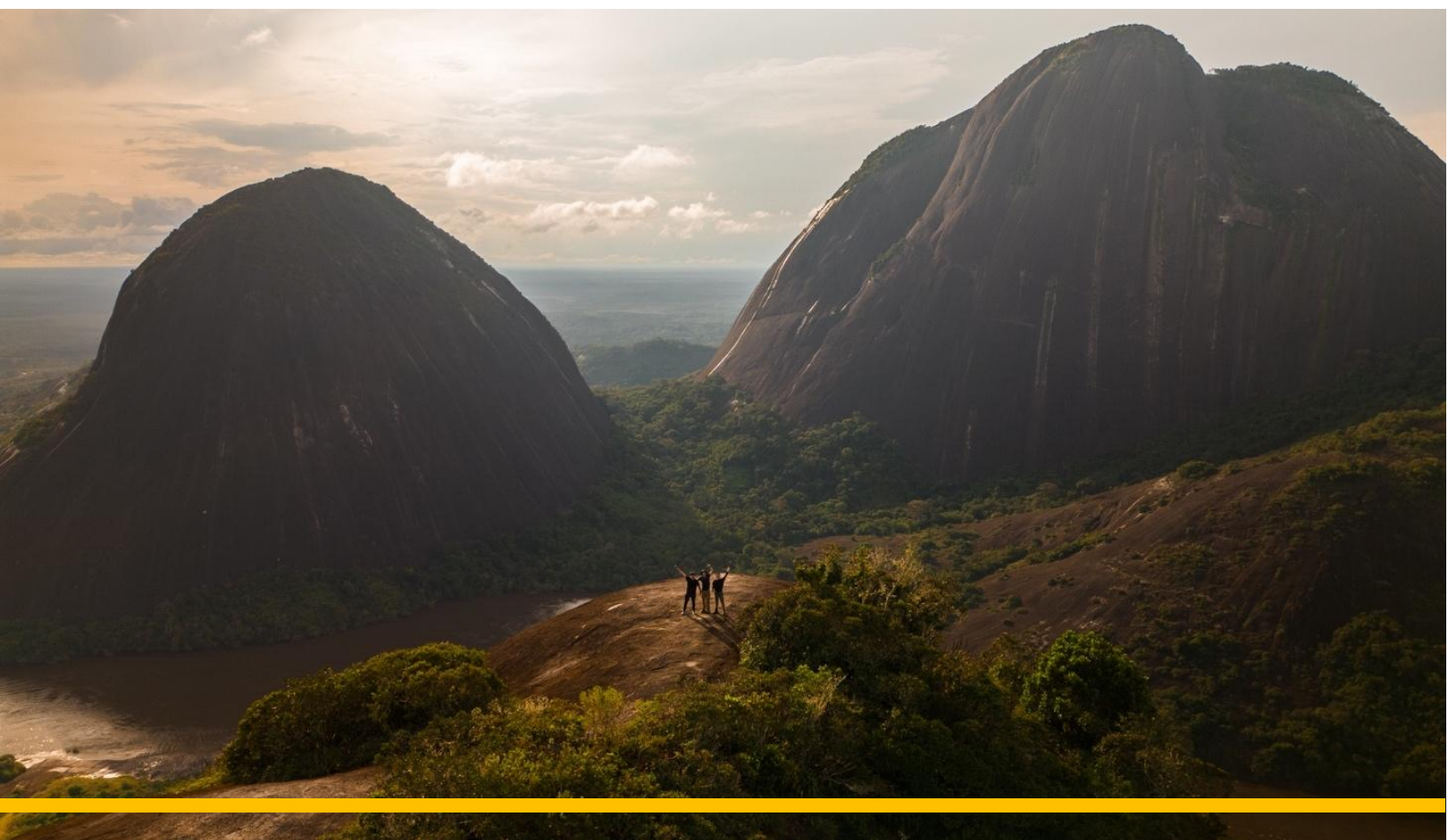
Comunicar acciones de respecto de la mitigación del cambio climático, la adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana.



Trabajo en conjunto con los aliados para dar a conocer acciones para el cuidado de bosques y poner fin a la deforestación.



Acciones conjuntas con los aliados y embajadores de marca país.





Inversión Extranjera Directa

para el desarrollo sostenible y la
transición energética

Inversión Extranjera Directa para el Desarrollo Sostenible y la Transición Energética

De acuerdo con las cifras del Banco de la República, entre enero y septiembre de 2024, los flujos de Inversión Extranjera Directa (IED) hacia Colombia sumaron US\$9.953 millones, lo que representa una disminución del 25,4% frente al mismo periodo de 2023. Se debe tener en cuenta que esta reducción era previsible, dado que en los primeros nueve meses de 2022 y 2023 se alcanzaron cifras récord de IED, con US\$13.091 millones y US\$13.337 millones, respectivamente.

En el mismo lapso de 2024, la IED en actividades no minero-energéticas alcanzó US\$6.835 millones, registrando una caída del 7,5% respecto al mismo periodo de 2023 y representando el 68,7% del total de la IED. Los sectores con mayor participación dentro de la inversión no minero-energética fueron: servicios financieros y empresariales (35,1%), industrias manufactureras (25,1%), comercio al por mayor y al por menor, restaurantes y hoteles (16,7%) y electricidad, gas y agua (10,0%). Servicios financieros y empresariales, junto con la construcción, se destacan como los dos sectores de mayor crecimiento dentro de la IED no minero-energética, registrando aumentos de 28,5% y 8,2%, respectivamente. Por su parte, la inversión en minería y petróleo se redujo un 47,6% en relación con enero-septiembre de 2023.

ProColombia, como ejecutor de la política del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, continúa la labor de atraer Inversión Extranjera Directa que contribuya a la reindustrialización del país y el desarrollo de las regiones.

En 2024, se contactaron o acompañaron a más de 1.900 empresarios inversionistas o potenciales inversionistas extranjeros de 69 países con el fin de dar a conocer las oportunidades que ofrece Colombia. Como resultado de esto, 148 empresarios informaron a ProColombia el inicio de 166 proyectos de inversión por valor estimado en US\$4.485 millones para ser ejecutados, en promedio en 3 años, y en los cuales los inversionistas esperan generar 144.920 empleos, tanto directos como indirectos.

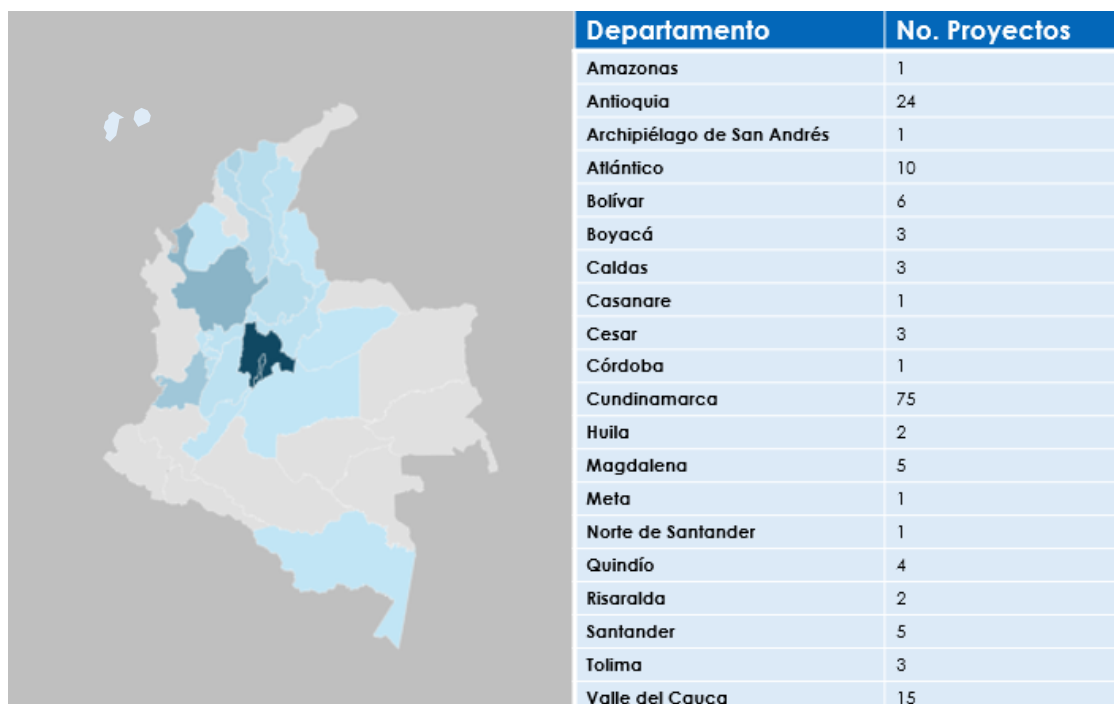
A continuación, el detalle de la cantidad de proyectos que se iniciaron por apuestas productivas y habilitantes en 2024:

- Transición energética justa: 23 proyectos de 12 países por un valor estimado de US\$1.155 millones.
- Reindustrialización sector salud: 14 proyectos de 10 países por un valor estimado de US\$100 millones.
- Agroindustria y Soberanía alimentaria: 23 proyectos de 11 países por un valor estimado de US\$628 millones.
- Reindustrialización defensa y la vida: 2 proyectos de 2 países por un valor estimado de US\$8 millones.

- Desarrollo productivo territorial: 21 proyectos de 12 países por un valor estimado de US\$211 millones.
- Infraestructura turística: 5 proyectos de 3 países por un valor estimado de US\$110,5 millones.
- Servicios Basados en el Conocimiento: 44 proyectos de 19 países por un valor estimado de US\$762 millones.
- Infraestructura física y social: 14 proyectos de 7 países por un valor estimado de US\$1.295 millones.
- Otros: 20 proyectos de 7 países con un valor estimado de US\$216 millones.

De acuerdo con la información entregada por los empresarios, los 166 proyectos iniciados serán desarrollados en 49 municipios de 20 departamentos (2 municipios PDET y 4 ZOMAC).

Gráfica 12. Número de proyectos reportados por inversionistas a ProColombia por departamento, 2024*



Fuente: Retroalimentación de empresarios. Información disponible en el CRM de ProColombia.

*Se enuncia el primer departamento en el que el inversionista manifiesta que va a iniciar el proyecto, por lo cual no incluye los demás departamentos informados cuando tiene previsto estar en varios lugares.

Actividades de promoción de inversión extranjera directa

ProColombia desarrolló acciones orientadas a impulsar el interés de los inversionistas internacionales en Colombia, en sus regiones y apuestas productivas, algunas de ellas son:

- **Colombia Investment Roadshow 2024 - CIR:** desarrollado entre el 23 y 24 de abril en Londres. Esta quinta edición se destacó por su enfoque en sostenibilidad y congregó a más de 250 asistentes provenientes principalmente de Reino Unido, como también de otros países europeos como España, Alemania, Francia, Italia, Suecia, Bélgica, Irlanda y Países Bajos. Se llevaron a cabo más de 30 reuniones entre empresas y representantes del gobierno colombiano presentes en el evento. Además, los proyectos privados tuvieron la oportunidad de interactuar con inversores en los espacios de *networking*, fomentando la colaboración y la generación de sinergias. De igual manera, el Ministerio de Minas y Energía de Colombia y el Gobierno de Reino Unido suscribieron el Plan de Acción de Transición Energética que busca establecer estrategias conjuntas para acelerar una transición justa.
- **Macrorrueda 100 en Cartagena:** por primera vez a la Macrorrueda tradicional de exportaciones, realizada en marzo se integró el componente de inversión. Se llevaron a cabo 29 citas de negocios entre 10 potenciales inversionistas, con 16 exportadores colombianos que habían manifestado interés en recibir inversión extranjera directa. A nivel de apuesta productiva, la de agroindustria y soberanía alimentaria fue la que más citas de negocios sostuvo con un total de 17 reuniones, seguido de la apuesta de reindustrialización del sector salud con un total de 12 reuniones.
- **Macrorrueda Internacional Colombia "El País de la Belleza":** se agendaron 151 citas entre 22 inversionistas de 4 países y 19 empresas colombianas de 11 departamentos. Como resultado, se generaron 67 manifestaciones preliminares de interés en inversiones en Colombia.
- **Desayuno en el marco del XIII Diálogo Canadá Colombia:** ProColombia fue aliado estratégico en el evento liderado por la Cámara Colombo Canadiense desarrollado en septiembre de 2024 compartiendo la estrategia de inversión a 163 asistentes y 16 compañías canadienses de sectores no mineros. Se resalta la creación del plan de trabajo en conjunto con el Embajador de Colombia en Canadá para promover la atracción de IED en energías renovables y servicios basados en el conocimiento.
- **Programa de Inmersión de Venture Capital Miami:** el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y ProColombia, llevaron a cabo del 4 de noviembre al 13 de diciembre, el programa para 13 empresarios de la industria digital colombiana. Este programa se compone de cuatro semanas de capacitación virtual dictado por mentores de Venture Capital a nivel internacional, así como de una semana presencial en Miami con fondos de inversión de capital de riesgo de Estados Unidos, siendo parte de un pitch Competition y un Demo Day.
- **Miami Immersion Program de ManaTech:** en alianza con el Cambridge Innovation Center - CIC y Manatech, se llevaron a cabo dos programas, uno en Miami y otro en Boston, con el objetivo de buscar la internacionalización de emprendimientos colombianos de base tecnológica en el mercado americano a través de inversión extranjera y crecimiento de las exportaciones. En el programa participaron 30 emprendimientos colombianos de 7 ciudades (Manizales, Pereira, Cali, Medellín, Bogotá, Bucaramanga, Barranquilla).

- **Participación de ProColombia en el AIM Congress (Annual Investment Meeting) en Abu Dabi:** iniciativa de AIM Global Foundation para potenciar la economía mundial facilitando las oportunidades de productividad, inversión y expansión económica en particular para la región de Medio Oriente. Se contó con un stand de ProColombia donde se realizó una "venta cruzada" del país, una participación en jornada académica y 12 reuniones uno a uno con empresas interesadas en explorar oportunidades en el país.
- **Gira inversión Estados Unidos:** se realizaron agendas de inversión en Richmond, Virginia en marzo; Chicago y Milwaukee en abril; Indianápolis, y Filadelfia en mayo, con el fin de impulsar la inversión extranjera hacia Colombia y dar a conocer las diferentes oportunidades de inversión en el país. Se tuvieron reuniones con empresas del sector aeroespacial, agroalimentos, industrias 4.0, energía, venture capital, y farmacéutico. En Milwaukee se realizaron visitas a empresas con alta potencialidad en sectores de interés como inteligencia artificial y la industria aérea de las cuales el 100% son nuevos prospectos.

Participación en actividades y gestión relacionada con las apuestas de reindustrialización

A continuación, se detalla la participación en actividades y/o gestión relacionada con las apuestas de reindustrialización y otros sectores:

Transición energética sostenible

- **H2 Meet Corea:** uno de los eventos más relevantes de la industria del hidrógeno en Asia donde se participó con un stand de Colombia. Paralelamente se realizó una presentación en la jornada académica, donde se expusieron las potencialidades del sector hidrógeno en el país, avances en los proyectos piloto y cifras del sector para despertar el interés de potenciales inversionistas. Entre las empresas destacadas coreanas que participaron se encuentran: Samsung C&T Corporation, PANASIA, h2-group, H2News, Yooshin Engineering Corporation, SGTCO, Argus, Hyundai Motor Company, IMPACT Coatings y Nippon Steel. Se sostuvieron alrededor de 10 reuniones con 3 oportunidades identificadas de HD KSOE, Hyundai y Samsung.
- **Gira Presidente Agencia Nacional de Hidrocarburos-ANH R.P. China:** a solicitud de la ANH, ProColombia sugirió y acompañó una agenda de reuniones con las principales empresas del sector de energía renovable, que tuvieran aplicación de innovación, tecnología y experiencia en asuntos eólicos offshore. Se visitaron las instalaciones de Power China en el proyecto Eólico Offshore Yuhuan - Zhejiang, Power China Jiangxi Electric Power Engineering Co y China National Energy Administration, entre otras reuniones. Como resultado de esta gira, dos empresas (PowerChina y China Three Gorges) participaron en la Primera Ronda Eólica Costa Afuera en Colombia.
- **Visita Canciller R.P. China:** en el marco de la agenda del Canciller Luis Gilberto Murillo en Beijing, se realizaron reuniones con autoridades chinas y un foro empresarial en la Embajada. Participaron

19 empresas chinas donde se destacan Sungrow New Energy, China Three Gorges, Longi, BCCY. Se promovieron principalmente las oportunidades en transición energética que ofrece el país.

- **LAC H2 Summit 2024:** gracias a la iniciativa del Ministerio de Minas y Energía, Alianza LAC Clean Hydrogen Action, la Cooperación Alemana para el Desarrollo (GIZ) en el marco del programa International Hydrogen Ramp-Up (H2Uppp), y el programa H2-diplo-Diplomacia de la Descarbonización, desde ProColombia, junto con la Cámara de Industria y Comercio Colombo-Alemana (AHK Colombia) se apoyó y participó en el evento LAC H2 Summit – Cartagena 2024 con el fin de resaltar las oportunidades y alianzas de la economía del hidrógeno verde y sus derivados. Se trabajó en la organización del evento, que contó con más de 500 asistentes, en la convocatoria a la Rueda de Negocios, en donde se solicitaron más de 160 citas, y en la moderación del panel “Desafíos en Proyectos de Hidrógeno Verde a Gran Escala”.
- **Webinar UPME Energía en Colombia:** webinar realizado con la Unidad de Planeación Minero Energética (UPME) con el fin de compartir a inversionistas extranjeros las perspectivas del Gobierno Nacional acerca de la inversión extranjera en el sector energético y socializar el Plan Misión Transmisión que apuesta por un servicio eléctrico con mayor confiabilidad por parte de la UPME. Participaron 18 empresas.
- **Segundo Congreso de Hidrógeno y Eficiencia Energética ANDI (Asociación Nacional de Empresarios de Colombia) – Naturgas Cartagena:** participación en la agenda académica y reuniones con inversionistas extranjeros, aliados y entidades del sector. En este evento se buscó identificar avances del ecosistema de hidrógeno de cero y bajas emisiones en el país, así como desarrolladores de proyectos y potenciales inversionistas interesados en explorar sinergias en el sector, además de afianzar el relacionamiento con el Gobierno Nacional y gremios de alto nivel. Gracias a la iniciativa de la Cámara de Hidrógeno ANDI Naturgas, se tuvo también la oportunidad de hacer parte del recorrido de los proyectos de hidrógeno de Cartagena (Circuito H2).
- **Visita Ministro de Minas y Energía (Suecia):** Misión del Ministro Andrés Camacho del 15 al 20 de septiembre a Suecia, con apoyo del Embajador Guillermo Francisco Reyes González para participar en el congreso minero “MASSMIN 2024” en la ciudad de Kiruna. En el marco de ese viaje, en compañía de la Embajada y el Representante Comercial de ProColombia, el Ministro visitó las siguientes empresas interesadas en hacer parte de los procesos de reindustrialización de transición energética: Saab, una de las principales empresas suecas especializadas en defensa, aviación y tecnología avanzada; Midsummer, empresa líder mundial en el desarrollo y fabricación de paneles solares ligeros y flexibles; LKAB, empresa con interés en la producción de hidrógeno verde; y Epiroc, empresa sueca que ofrece equipos y servicios para los sectores de minería e infraestructura.
- **Colombia y Alemania crean el Comité Directivo del Grupo de Alto Nivel de Hidrógeno Verde para impulsar energías limpias:** el Comité estaría integrado en la parte colombiana por los ministros de

Comercio, Industria y Turismo, y de Minas y Energía, y en la parte alemana por la Secretaria de Estado Parlamentaria del Ministerio Federal de Economía y Protección del Clima, Franziska Brantner. ProColombia, en conjunto con la Embajada de Colombia en Alemania y la ANDI, coordinaron en marzo la visita de una delegación de 9 empresas alemanas a Colombia interesadas en conocer más de cerca el ecosistema de Hidrógeno y sus oportunidades de inversión en el país. En esta visita participaron el Ministerio de Energía, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Ecopetrol y Cancillería. Se visitaron las ciudades de Bogotá y Cartagena, donde en esta última se llevó a cabo una visita de campo a Cotecmar, Sociedad Portuaria y la Refinería de Ecopetrol.

Reindustrialización sector salud

- **Inversión Baxter Renal Care Services:** inversión estimada de US\$50 millones en la instalación de nuevas clínicas de atención renal en diferentes ciudades del país y su adecuación con la adquisición de dispositivos médicos, dotación hospitalaria y contratación de personal médico calificado. Esta inversión contribuye a mejorar la calidad en la atención de servicios de salud en los diferentes territorios ya que la compañía emplea equipos y tratamientos de última tecnología enfocados en la prevención de enfermedad renal. Además, la inversión estima la generación de 1.300 empleos directos y 1.000 empleos indirectos.
- **Producción de vacunas:** se acompañó permanentemente a VECOL- Empresa Colombiana de Productos Veterinarios, el Instituto Nacional de Salud -INS y el Ministerio de Salud en su relacionamiento con una empresa coreana para la producción de vacunas en el país. ProColombia referenció a esta empresa que tiene interés de producir en Latinoamérica y se apoyó en la gestión de una reunión de alto nivel con el Ministro de Salud y Protección Social y posteriores teleconferencias.
- **Farmaforum España:** participación en el evento especializado en la industria farmacéutica, entre el 25 y 26 de septiembre, donde se identificaron 20 empresas que potencialmente podrían tener algún interés en Colombia.
- **MEDICA Düsseldorf:** es la principal feria a nivel global en tecnología para la salud, la cual se celebra anualmente en Düsseldorf. En ésta se desarrolló un evento especializado sobre Colombia al cual fueron invitados todos los expositores presentes, marcando un hito, ya que por primera vez se organizaba un evento de este tipo con un país aliado. Se lograron sostener más de 20 encuentros con empresas para explorar nuevas oportunidades.

Agroindustrialización y Soberanía alimentaria

- **Internacional Fresh Produce Association (IFPA) Fresh Summit:** en el marco de la Gira de Inversión con Invest Pacific en Florida y Georgia, se participó en el evento más importante de Agroindustria IFPA en Atlanta – Estados Unidos. Se lograron reuniones con exportadores y aliados colombianos

para conectar con potenciales empresas para inversión y se validaron oportunidades de expansión de algunas empresas participantes.

- **Congreso Nacional de Productores de Palma – Fedepalma:** se participó en el Congreso Fedepalma con el objetivo de conocer de primera mano proyectos en búsqueda de inversión, ya que se ha identificado interés por parte de inversionistas malayos; las áreas de los proyectos incluyen: terrenos, cultivos, plantas procesadoras y plantas refinadoras. Se sostuvieron reuniones con productores, potenciales empresas inversionistas y otras entidades articuladoras. Se acompañó también al Embajador de Colombia en Malasia, que estuvo presente en el evento.
- **Territorio Aguacate:** se asistió a la sexta edición del evento de aguacate Hass más importante del país, organizado por Corpohass - Corporación de Productores y Exportadores de Aguacate Hass y Agrilink en Medellín. En esta versión, la feria contó con más de 145 expositores pertenecientes a todos los eslabones de la cadena productiva de aguacate y más de 3.600 visitantes nacionales e internacionales. Se realizó seguimiento a empresas instaladas que participaron en la feria, y se visitó empresas con potencial de instalación y otras con posibilidades de expansión.

Reindustrialización defensa y vida

- **Inversión Joint Venture entre Airbus y Corporación de la Industria Aeronáutica Colombiana – CIAC para el desarrollo del SIRTAP- Sistema Remotamente Tripulado de altas prestaciones:** esta colaboración impulsa el crecimiento de la industria aeroespacial nacional, fomentando la transferencia de tecnología y conocimientos técnicos avanzados.
- **Gira de astilleros:** del 4 al 6 de diciembre, en Cartagena, se realizó la agenda “Oportunidades de Inversión y Negocios en los Sectores Marítimo y Astillero” para impulsar la proveeduría, producción, mantenimiento y reparación de embarcaciones en Colombia. El evento, organizado por el MinCIT, ProColombia, Invest in Cartagena y Fedemetal de la ANDI, contó con la participación de entidades gubernamentales, regionales, gremios, empresas privadas y clústeres del sector. Entre los invitados participaron 11 empresas (varias de las cuales eran instaladas) de Estados Unidos, Asia y Europa interesadas en explorar oportunidades de negocio e inversión en el país.
- **Evento MRO LATIN AMERICA – AVIATION WEEK:** evento realizado en la ciudad de San José, Costa Rica en febrero, donde se tuvo la oportunidad de tener reuniones 1 a 1 con 5 empresas del sector, generando 1 oportunidad de inversión con la empresa SGI Aviation. Se realizó también acercamientos con otras compañías participantes del evento.
- **Evento Buque Gloria Kiel:** en el marco del recorrido del Buque Gloria, se abrió un espacio para un desayuno con inversionistas, donde se dieron a conocer las ventajas para invertir en Colombia y el proyecto de Cotecmar. ProColombia lideró este espacio logrando el interés de 4 empresas para un potencial Joint Venture.

- **Evento Navalía Vigo:** durante este evento marítimo, se contactaron 15 empresas y se generaron 4 oportunidades en sector de astilleros. Se aprovechó el evento, conjunto con la Asociación de Industrias del Metal y Tecnologías Asociadas de Galicia (ASIME), para generar un espacio de networking entre empresas colombianas y gallegas.
- **Feria Shipbuilding, Machinery and Marine Technology – SMM Hamburgo:** uno de los eventos más relevantes a nivel internacional para el sector marítimo y de la construcción naval desarrollado entre el 3 y 6 de septiembre. Se realizaron 13 reuniones donde se presentó a Colombia como destino de inversión en el sector marítimo, y Coctemar presentó su proyecto que está listo para recibir inversión extranjera.
- **VII Encuentro de Investigación, Desarrollo e Innovación en el Sector Aeronáutico, E-IDEA 2024 / F-DRONE:** este evento se realizó en el marco de la Feria Industrial Internacional de Bogotá con un enfoque especial sobre el impacto transformador de los drones en sectores productivos como agricultura, construcción, seguridad, logística, transporte, turismo, entre otros. Se estableció contacto con empresas que tienen oportunidades de inversión.
- **Lanzamiento F-Air 2025:** el 26 de septiembre se llevó a cabo el lanzamiento de F-Air 2025 en Bogotá, la Feria Aeronáutica que impulsa la industria aérea y aeroespacial en Colombia, organizada por la Aeronáutica Civil. Durante el evento se logró el relacionamiento con la empresa Sahar Aerospace de Estados Unidos, quienes se encuentran en el proceso de montaje de un taller de reparación de hélices, así como con INDRA, empresa que está desarrollando un proyecto de MRO de aviónica en Joint Venture con CIAC y CAMAN.

Desarrollo productivo territorial (otras manufacturas)

- **Feria Internacional Industrial de Bogotá:** celebra y conmemora sus 70 años de trayectoria e historia y continúa siendo protagonista del impulso económico de Colombia, la Región de la Alianza del Pacífico Latinoamericano, Centroamérica y el Caribe al ser una plataforma y motor de desarrollo económico en la región que dinamiza la inversión, la competitividad y el espíritu empresarial de una industria globalizada, ya que es el escenario propicio para la exhibición de maquinaria industrial, equipos, avances tecnológicos, insumos, bienes de capital e intermedios, materias primas, componentes y servicios a un infinito mercado ávido de desarrollo y crecimiento industrial. En el marco del evento se visitaron 15 empresas extranjeras que no son instaladas y se les hizo venta país.
- **Visita Ministro Luis Carlos Reyes a R.P. China:** en el marco de la asistencia a la feria CIEE- Exposición Internacional de Importaciones de China en Shanghái, se apoyó en la coordinación de una agenda con empresas del sector de automotor como BYD quien tiene interés de ensamblar vehículos eléctricos en Colombia y en visitas a las instalaciones de SAIC Motor Corporation. Además, se realizó un desayuno de trabajo con 16 empresarios chinos, donde se destacan CASCO Signal, Huawei, ZTE, Jinko, entre otros. Se promovieron oportunidades de inversión en Colombia.

Servicios Basados en el Conocimiento

- **Inversión de Indra en Centros de Excelencia e innovación:** Indra instaló en Medellín (Ruta N) un nuevo centro de excelencia e innovación que funcionará como laboratorio, centro de capacitación y oficinas donde la inteligencia artificial también tendrá un rol protagónico para la prestación de servicios de seguridad nacional y contra el delito. En dicho espacio cuya inversión inicial fue de más de US\$70 mil, se apuesta a capacitar a personas jóvenes para ofrecerles salidas laborales bien remuneradas.
- **ANDICOM Cartagena:** en septiembre se llevó a cabo el congreso en donde la inteligencia artificial, la ciberseguridad, la innovación y las Smart cities, entre otras, fueron los subsectores que tomaron protagonismo. Se gestionaron 44 contactos de empresas de origen estadounidense, chinas, japonesas, colombianas, peruanas, canadiense, israelí, alemana, entre otros.
- **Colombia Tech Week Bogotá:** fue la primera edición del evento que buscó el impulso de la inversión en venture capital, con foco a fortalecer el tejido emprendedor de Colombia. Se sostuvieron reuniones con startups, fondos de capital y otras entidades articuladoras, entre ellas Pluria, Cobre, Startup Grind, First Check Ventures y TWIF, entre otras. Emiratos Árabes Unidos será el país invitado a Colombia Tech Week 2025 y se apoyará en el proceso de participación de este en el evento.
- **CX Summit BPro:** en este congreso nacional de Business Process Outsourcing (BPO) y Centro de Servicios Compartidos (CSC) realizado en Cartagena se realizaron reuniones con empresas instaladas y empresas extranjeras con algún potencial de inversión.
- **Gira de inversión en Córdoba, Argentina:** en el marco de la Gira desarrollada durante el mes de mayo se realizaron reuniones uno a uno con 7 empresas del sector de industrias 4.0; adicionalmente, se llevó a cabo el Seminario de Inversión en el cual participaron 24 empresas de la región. En las dos actividades se identificaron varias oportunidades que actualmente se encuentran en seguimiento.
- **Evento Tech Crunch Disrupt y Agenda de Inversión de Invest in Pacific:** del 28 de octubre al 1 de noviembre 2024 se llevó a cabo una misión comercial en San Francisco, California en el marco del evento Tech Crunch Disrupt 2024, en compañía de la agencia de promoción regional Invest Pacific, con el objetivo de generar oportunidades de inversión con las empresas nuevas, startups, Fondos de Inversión e instaladas del sector tecnológico. Se tuvo espacios de networking que permitieron conectar con nuevos líderes de venture capital, fundadores de empresas tecnológicas que buscan expandirse, expertos en inteligencia artificial y otros actores clave del sector. Así mismo, junto a Invest Pacific, se desarrolló una agenda de inversión, en donde se realizaron visitas de seguimiento a aproximadamente 8 empresas tecnológicas en San Francisco y áreas cercanas con oportunidades de inversión.

- **Colombia Startup Weekend 2024:** se organizó en Sao Paulo, Brasil el evento Colombia Startup Week, el cual presentó a 6 startups colombianas del ecosistema de innovación y emprendimiento. Se realizaron reuniones en forma de pitch para presentar los proyectos a más de 5 fondos de inversión de venture capital brasileros, con el fin de lograr inversiones en los proyectos.

Infraestructura física y social

- **Roadshow para promocionar el proyecto La Dorada - Chiriguana:** junto con la Agencia Nacional de Infraestructura (ANI) y la Financiera de Desarrollo Nacional (FDN), ProColombia organizó este evento con el fin de presentar a empresas extranjeras el avance del proceso de licitación del proyecto Tren La Dorada-Chiriguana. Tuvo lugar el 20 de septiembre en Londres y contó con la participación de más de 40 representantes de empresas del sector.
- **Innotrans Alemania:** se organizaron 2 seminarios de inversión en el marco de Innotrans 2024, los cuales fueron realizados en el stand de Deutsche Bahn:
 - En el primer seminario se presentó el proyecto La Dorada Chiriguana por parte de la ANI, la FDN y el equipo estructurador.
 - En el segundo seminario, se presentaron los proyectos de la Empresa Metro de Bogotá, Metro de Medellín y Autoridad de Transporte de Cali.
- **Encuentro de Agencias de Promoción de Inversiones (APIS) Latinoamericanas:** participación en el evento realizado en México y convocado por la cancillería de México a las agencias de promoción de la región en donde se habló sobre diferentes oportunidades de cooperación entre las agencias.
- **XXI Congreso de la Cámara Colombiana de la Infraestructura (CCI):** el Congreso fue realizado entre el 26 al 29 de noviembre y presentó una oportunidad invaluable para fortalecer relaciones estratégicas con inversionistas instalados y promover la inversión en proyectos de infraestructura social y de transporte en Colombia. Se tuvieron reuniones con más de 30 stakeholders y empresas en su mayoría europeas. La CCI también cedió un espacio especial organizado por la ANI, ProColombia y el Ministerio de Transporte para presentar las oportunidades de inversión (proyectos de infraestructura a desarrollarse) en donde la IED juega un papel fundamental, resaltando el compromiso del país con la sostenibilidad y la innovación.

Infraestructura turística

- **The Modern Airport Conference – TMAC 2024:** evento de infraestructura aeronáutica en México, donde se presentó la estrategia que se tiene desde el Gobierno, MinCIT y ProColombia en el sector de infraestructura, propiamente en materia de aeropuertos. Se presentaron las oportunidades de inversión en proyectos de infraestructura de aeropuertos que está ofreciendo el país en este momento.

Trabajo en conjunto con las regiones

La estrategia y plan de trabajo de ProColombia involucra a las regiones en los objetivos y acciones que se adelantan desde la organización en la promoción de inversión extranjera directa. Se busca aprovechar al máximo las herramientas y recursos con los que se cuenta para generar impacto en el territorio nacional y facilitar e impulsar el trabajo de los aliados. En ese orden, se continua con el trabajo coordinado y en sinergia con las Agencias Regionales de Inversión (APRI) y regiones sin APRI, a través de reuniones de alineación y espacios para compartir buenas prácticas, coordinación para la participación entre otros, en actividades de promoción en las que se resaltan:

- **Articulación MinCIT, ProColombia, Agencias Promoción Regional Inversión:** en febrero, con el fin impulsar los beneficios de la inversión extranjera hacia todo el territorio nacional, se realizó la Jornada de articulación entre MinCIT, ProColombia y las Agencias de Promoción de Inversiones del país. Dicha jornada tuvo como objetivo alinear las estrategias de promoción de inversión de todas las agencias del país a los lineamientos de gobierno y directrices de política empresarial y de inversiones del Gobierno, al igual que establecer el plan de trabajo para 2024. Participaron 35 directores y representantes de 22 agencias regionales de promoción de inversiones. El evento se dividió en dos partes: el primer día con una agenda académica destacándose la participación del Ministro de Comercio Industria y Turismo, con charlas en temas como: estrategia de atracción de IED ProColombia, finanzas verdes, inversión en turismo, atención al inversionista instalado, estructuración de proyectos entre otros. El segundo día se realizó la rueda de reuniones 1 a 1 de cada APRI con las oficinas de ProColombia en el exterior para revisar estrategia comercial de atracción de IED.
- **Sesiones de capacitación y trabajo conjunto con las APRI:** ProColombia realizó tres sesiones de capacitación y trabajo conjunto con las agencias subnacionales en los meses de abril, julio y octubre, en estos comités se presentaron temas de interés como: (i) macro tendencias – tendencia de inteligencia comercial, (ii) análisis del comportamiento de la IED desde los proyectos (FDI y Pitchbook), (iii) fuentes de información gratuitas como instrumento para la construcción de propuestas de valor, (iv) oportunidades de inversión Asia y Europa, (v) análisis resultados de inversión en el mundo y Latinoamérica UNCTAD 2024, (vi) análisis de prospectiva en movilidad sostenible, (vii) tendencias de inversión en el sector turismo, (viii) 5 razones que posicionan a Colombia para el desarrollo de negocios sostenibles y 5 razones para invertir en el sector aeronáutico.
- **COP16:** ProColombia participó en varios eventos tales como:
 - Green Business Forum - Invest Pacific: evento de posicionamiento del Valle del Cauca para los sectores con potencial de desarrollo sostenible en la región. Se convocó a más de 400 personas, entre empresarios internacionales, delegaciones diplomáticas, tejido empresarial local, autoridades, firmas especializadas, medios de comunicación, entre otros; que conocieron, de

primera mano, las oportunidades y ventajas comparativas que el Valle del Cauca ofrece a empresas de todo el mundo para alcanzar sus metas de descarbonización y aportar a la construcción de un futuro empresarial más verde.

- Cena WEF: cena con empresas TOP para discutir temas de conservación del medio ambiente, promoviendo el desarrollo sostenible como atributo clave para la competitividad.
- Almuerzo inversionistas: desarrollado con empresas instaladas en Colombia e Inversionistas Extranjeros, donde se presentó la estrategia de atracción de inversión desde MinCIT y ProColombia. Participaron 30 representantes de 24 empresas de capital extranjero instalados principalmente en el Valle del Cauca.
- **Gira Invest in Bogotá a China e India:** se realizaron eventos con inversionistas y reuniones uno a uno con empresas de sectores de IT –Software, movilidad, transición energética entre otros. Se visitaron empresas como Didi, Gan&Lee, China Tianying, BYD, Fosun, Temu entre otros. En el caso de India se tuvieron encuentros con empresarios de FICCI (Delhi); Bengaluru High Tech Summit (Bengaluru) y el IBG (Mumbai).
- **Gira Invest in Pacific a China:** se brindó acompañamiento a Invest in Pacific en R.P. China donde se realizaron eventos con potenciales inversionistas y reuniones uno a uno con empresas de sectores de vehículos, IT –Software, manufacturas, transición energética entre otros.
- **Actividades de promoción con inversionistas instalados:** se realizaron desayunos con empresas instaladas, con el fin de hacer seguimiento y conocer la percepción y barreras de parte de los inversionistas en las regiones. Estos eventos se realizaron en las ciudades de Cali y Medellín con la participación de 18 y 19 empresas, respectivamente.

Herramientas para las regiones

- **Boletín de Regiones:** a los aliados regionales como Alcaldías, Gobernaciones, Cámaras de Comercio, APRI y Zonas Francas se les mantiene informados con temas de actualidad en materia de inversión sostenible, inversión para la reindustrialización, buenas prácticas de promoción de inversiones de agencias regionales de inversión, eventos de interés, entre otros por medio de esta herramienta.
- **Directorio de Zonas Francas:** se desarrolló el Directorio de Zonas Francas para promoción internacional, con el liderazgo del MinCIT – ProColombia y la Cámara de Zonas Francas de la ANDI, para ofrecer información detallada y actualizada de la oferta de las zonas francas en Colombia, con el fin de contar con una herramienta clave para la toma de decisiones empresariales. Se puede acceder haciendo clic [aquí](#).
- **Biblioteca de herramientas de promoción para las regiones:** se mantuvo vigente la biblioteca donde las regiones pueden acceder a perfiles sectoriales, información técnica y comercial que pueden usar en la creación e implementación de las estrategias de inversión hacia los territorios.

Solo los usuarios habilitados pueden visualizar y acceder a la información.

- **Manuales de apoyo para el diseño de estrategias de promoción de IED hacia los territorios:** Continua a disposición los manuales creados en los años previos donde se muestra el paso a paso para la formulación e implementación de estrategias de promoción de inversión hacia los territorios. Se puede acceder haciendo clic [aquí](#).

Alineación de la estrategia de inversión con los Objetivos de Desarrollo Sostenible



Mobilización de recursos, permitiendo la proporción de medios suficientes y previsibles para los países en desarrollo.



Acompañamiento con enfoque pluridimensional a proyectos del sector alimentario con el fin de mejorar el acceso a la alimentación y la eliminación del hambre.



Acompañamiento a proyectos destinados a lograr cobertura universal, garantizando el acceso a medicamentos y vacunas seguras, así como proyectos en servicios tecnológicos para ampliar el acceso de la población.



Atracción de proyectos de inversión en energías renovables, que respaldan a sectores como educación, agroalimentos, servicios y salud, y además mejoran la matriz energética al reducir el uso de combustibles fósiles.



Fomento del desarrollo económico por medio de la generación de empleo con buenas condiciones salariales, de estabilidad y con beneficios (tales como los proyectos de Servicios Basados en el Conocimiento).



Atracción de proyectos de inversión que impulsaron el dinamismo económico, generaron empleo, y fomentaron el crecimiento del PIB, las investigaciones científicas y la transferencia tecnológica.



Atracción de proyectos que permitan la construcción de soluciones sostenibles en frentes tales como movilidad, infraestructura, defensa, prestación de servicios, tecnología, entre otros.



Articulación con diversos actores, generando puentes de diálogo y acercamientos para establecer asociaciones sólidas, fundamentales para las empresas inversoras que buscan mercados estables y relaciones a largo plazo.



Promoción de Exportaciones No Minero Energéticas -

Internacionalización de los territorios por
una cultura productiva y exportadora

Promoción de Exportaciones No Minero Energéticas - Internacionalización de los Territorios por una Cultura Productiva y Exportadora

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a través de ProColombia, ha seguido desempeñando un papel clave en el impulso de servicios que favorecen el crecimiento de las exportaciones. Estas iniciativas han sido fundamentales para la diversificación de la canasta exportadora del país, contribuyendo al aumento de la oferta nacional de productos no minero-energéticos y servicios, en línea con los objetivos de fortalecer la competitividad y sostenibilidad del sector exportador colombiano.

En este marco, se ha trabajado en la entrega de información sobre comportamientos de consumo y tendencias en mercados internacionales. Además, ha proporcionado formación, asesoría y acompañamiento a las empresas colombianas para fortalecer su oferta, aprovechar las oportunidades del comercio exterior y participar en actividades comerciales. Estas acciones han facilitado tanto el inicio de exportaciones como el crecimiento de ventas en mercados existentes o en nuevos destinos, según el potencial y los intereses de las empresas.

En el periodo enero-noviembre de 2024, las exportaciones no minero-energéticas del país (bienes más servicios), según las estimaciones de ProColombia⁷ ascendieron a US\$34.065 millones, registrando un crecimiento de 9,9%, en relación con el mismo periodo de 2023 (US\$30.995 millones). Para todo 2024, se estima que las exportaciones no minero-energéticas lleguen a ubicarse alrededor de US\$38.711 millones, lo que implicaría un aumento de 8,8% en comparación a 2023.

Tabla 3. Exportaciones no minero-energéticas, año corrido y estimación cierre 2024
(Millones de US\$)

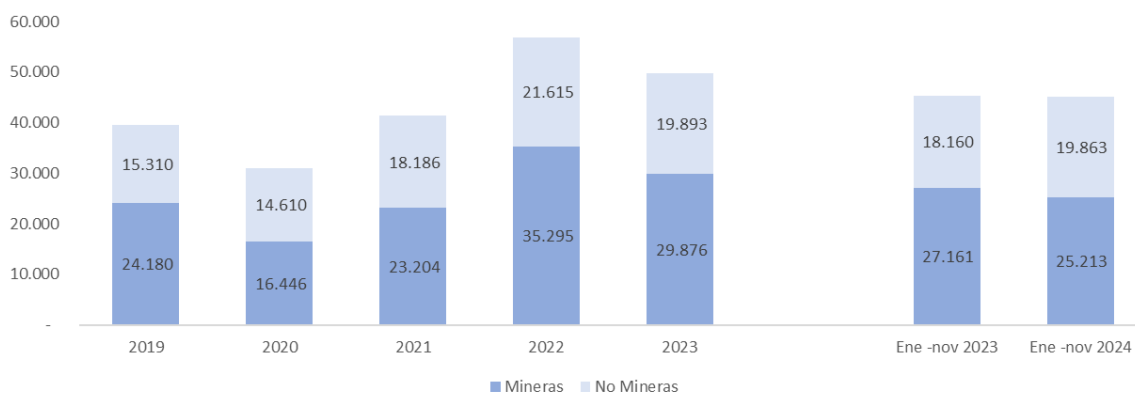
	Ene-Nov 2023 (Millones US\$)	Ene-Nov 2024 (Millones US\$)	Variación Ene-Nov 2023/2024 (%)	2023	Estimación 2024	Estimación Variación 2023/2024 (%)
Bienes no minero-energéticos (DANE-DIAN, estimaciones ProColombia)	18.160	19.863	9,4%	19.893	21.669	8,9%
Servicios (BanRep, estimaciones ProColombia)	12.835	14.202	10,7%	15.676	17.042	8,7%
Total exportaciones no minero-energéticas	30.995	34.065	9,9%	35.569	38.711	8,8%

Fuente: DANE - DIAN, Balanza de Pagos BanRep. Cálculos: ProColombia.

⁷ Dado que la cifra de enero-noviembre del monto de servicios de exportación por parte del Banco de la República no ha sido publicado a la fecha de publicación de este informe, ProColombia realiza estimación de la cifra de enero-noviembre 2024 de monto de exportación de servicios y estimaciones de cierre 2024 para el monto de exportaciones de bienes no minero-energéticos y servicios.

Según las cifras DANE, de enero a noviembre de 2024, las exportaciones colombianas de bienes no minero-energéticos sumaron US\$19.863 millones, presentando un incremento de 9,4% respecto al mismo periodo de 2023 (US\$18.160 millones). La estimación para el año completo es que las exportaciones de bienes no minero-energéticos se ubiquen alrededor de US\$21.669 millones, un valor 8,9% superior al registrado en 2023.

Gráfica 13. Exportaciones de bienes, 2019-noviembre 2024
(Millones de US\$)



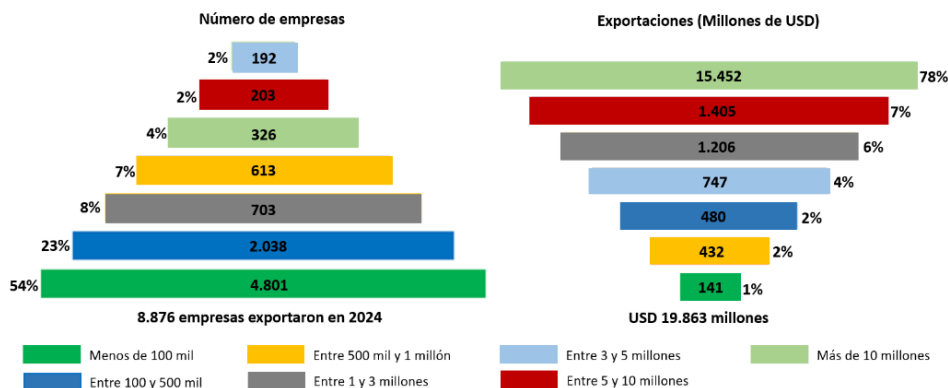
Fuente: DANE. Cálculos: ProColombia

Entre enero-noviembre de 2024, según las cifras publicadas por el DANE, por subsectores, los dos de mayor crecimiento fueron café verde y banano con aumentos de US\$458,6 millones y US\$283,3 millones respectivamente frente al mismo periodo del año anterior. Adicionalmente, por país destino, Estados Unidos siguió siendo el principal mercado de las exportaciones de bienes no minero-energéticos, con una participación de 31,6%, le siguieron países de la región latinoamericana como Ecuador (7,1%), México (6,6%), Brasil (4,4%) y Perú (4,3%). Los tres destinos en los que más aumentaron exportaciones no minero-energéticas fueron: Estados Unidos, Venezuela y México. En el caso de Estados Unidos esto es resultado de las mayores ventas de flores frescas, seguido por aparatos eléctricos y café verde.

En cuanto al número de empresas que exportaron bienes no minero-energéticos, de acuerdo con la información del DANE se observa que hubo un crecimiento de 111 empresas que exportan más de un dólar (1,3%), pasando de 8.765 en el período enero- noviembre de 2023 a 8.876 en el mismo período de 2024.

Acorde a la gráfica, que se presenta a continuación, se resalta que donde se dio el mayor aumento de empresas fue en el rango de monto de exportación “Entre de US\$100 mil y 500 mil”, con 87 empresas adicionales, seguido de “Entre US\$1 y US\$3 millones” con un aumento de 79 empresas y finalmente del rango “Superiores a US\$10 millones” con 34 empresas más.

Gráfica 14. Número de empresas y valor de exportación - bienes no minero-energéticos



Fuente: DANE. Cálculos: ProColombia

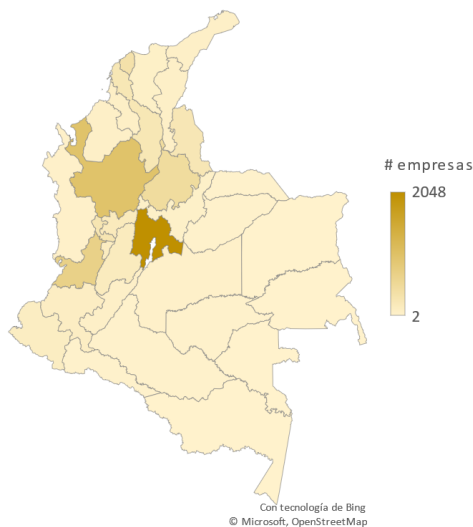
Adicionalmente, en la anterior gráfica se observa que dentro de las empresas que exportan, el 54% (4.801 empresas) lo hacen con montos menores a US\$100 mil, representando el 1% del monto de exportación, es decir US\$141 millones; mientras que 326 empresas que exportan más de US\$10 millones que representan el 4% del total de empresas, aportan con US\$15.452 millones, que corresponde al 78% del monto de exportación.

En el marco de las acciones de relacionamiento y acompañamiento a los empresarios tanto en Colombia como en el exterior, durante 2024, ProColombia contactó o brindó servicios de acompañamiento a 6.285 empresas colombianas (74% Mipymes) de 330 municipios de 32 departamentos del territorio nacional. Del total de empresas colombianas que recibieron servicios de exportación, 244 empresas están ubicadas en 66 municipios PDET y 1.086 empresas en 296 municipios de menos de 200.000 habitantes. En el exterior, se acompañaron y atendieron alrededor de 5.996 compradores de 88 países, a los cuales se les dio a conocer la oferta nacional.

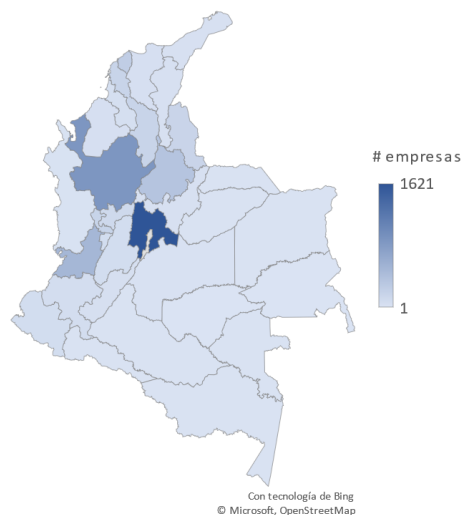
Producto de los diferentes servicios, los empresarios colombianos y extranjeros han informado posibilidades de venta o compra de productos de alrededor de 4.755 empresas de 32 departamentos, un crecimiento del 4% frente al número de empresas del año anterior. En términos de atención y generación de posibilidades u oportunidades de negocio a empresas en Colombia, el siguiente mapa muestra el cubrimiento por departamento donde están ubicadas las empresas.

Gráfica 15. Distribución departamental de empresas atendidas y con oportunidades

Departamentos de las empresas atendidas por ProColombia (con servicios)



Departamentos de las empresas que informaron oportunidades de negocio



Fuente: Cálculos Propios. ProColombia

Para contribuir a las exportaciones de bienes no mineros-energéticos, ProColombia ofreció los siguientes servicios:

Motivación y capacitación

Con el propósito de fomentar y capacitar a un mayor número de personas y empresas en el ámbito de las exportaciones, ProColombia desarrolló programas de formación internacional dirigidos tanto a personas y empresarios. Estos programas brindan información que busca fortalecer y facilitar su incursión en los mercados internacionales.

Los programas ofrecidos a personas son:

- Divulgación del Aula Virtual, donde pueden acceder a 17 cursos online de comercio exterior disponibles 7x24.
- Futurexpo: jornada académica que se organiza en los 32 departamentos del país con aliados público-privados (ICA, Invima, Basc, Policía Antinarcóticos, agencias de aduanas, puertos, entre otros) con el fin de motivar a empresarios, emprendedores y comunidades a iniciar su proceso de exportación de bienes y servicios para aprovechar las oportunidades que ofrecen los mercados internacionales.

- La vuelta al mundo ProColombia: webinars en los cuales ProColombia da a conocer las características, tendencias y oportunidades para exportar bienes y servicios a los diferentes mercados priorizados.
- Cultura Exportadora: sesiones virtuales o presenciales organizadas para que conozcan los beneficios de la internacionalización.
- Seminarios virtuales de oportunidades para personas: seminarios virtuales con temas específicos por mercado con aliados internacionales.

Los programas dirigidos a empresas son:

- Workshop de internacionalización: programas con aliados internacionales con énfasis en producto-mercado para aprender sobre temáticas específicas de ingreso al mercado.
- Seminarios virtuales de oportunidades para empresas: seminarios virtuales con temas específicos por mercado con aliados internacionales.

Durante 2024, se realizaron como parte de las actividades de formación, cursos de comercio exterior, Futurexpo, La vuelta al mundo con ProColombia, talleres de internacionalización, webinars, entre otros, en los cuales participaron más de 29.000 personas de 426 municipios de 32 departamentos y 9.639 empresas de 235 municipios de 27 departamentos que han participado en entrenamientos para la internacionalización, workshops de internacionalización y webinars (2.966 empresas únicas).

Fábricas de internacionalización

Este es un programa diseñado para fortalecer el proceso exportador y facilitar la incursión en mercados internacionales mediante consultoría y asistencia técnica. Tiene seis líneas que se ofrecen a las empresas, las cuales pueden tener más de una línea de servicio en su plan de trabajo que se han postulado y han sido aceptadas en las convocatorias realizadas con recursos del MinCIT, BID, y la Unión Europea, entre otros. A continuación, se presenta la información por cada línea.

- **COMEX 360°:** mediante una asesoría especializada con el fin de facilitar que la empresa exporte de manera constante al tener por lo menos una persona a cargo del proceso de exportación, busca acelerar la creación y/o fortalecimiento del área de comercio exterior de las empresas. Desde el 2020 han participado 903 empresas, 373 en 2024.
- **Empresas de Excelencia Exportadora 3E:** se ofrece una consultoría estratégica a empresas interesadas en evaluar, mejorar e innovar su modelo de negocio internacional con el fin de dinamizar y mejorar su competitividad para el ingreso a nuevos mercados o canales de comercialización en donde ya tenían presencia. En esta línea de servicio, desde el 2020 han participado 232 empresas, 95 en 2024.
- **Consortios de Exportación:** promueve y desarrolla la alianza entre empresas de diferentes o iguales sectores productivos que les permita desarrollar exportaciones conjuntas para mejorar la

competitividad en mercados internacionales. Se puede lograr disminución del riesgo, aumento de rentabilidad, ventajas de eficiencia y/o acumulación de conocimientos. En esta línea de servicio, desde el 2020 han participado 119 empresas y 3 empresas en dos consorcios en 2024.

- **Mentor:** emplea la experiencia de empresas con alta trayectoria exportadora para vincular a sus clientes y proveedores en la dinámica del comercio internacional, con el fin de que exporten o crezcan sus exportaciones. En esta línea de servicio, desde el 2020 han participado 214 empresas, 47 en 2024.
- **Proyectos Sostenibles:** ProColombia diseña y desarrolla proyectos de exportación para comunidades vulnerables con alto impacto social en regiones con condiciones logísticas adversas, que contribuyan a facilitar una dinámica exportadora constante. En esta línea de servicio, desde el 2020 han participado 14 empresas (7 empresas lideradas por mujeres, 3 víctimas de conflicto armado, 2 empresas de campesinos y 2 de indígenas).
- **Expansión Internacional:** ProColombia acompaña a empresarios a expandir su negocio en el exterior. En esta línea de servicio, desde el 2020 han participado 262 empresas, 90 en 2024.

En 2024, se prestaron servicios a 459 empresas (88% Mipymes) de 90 municipios de 25 departamentos (incluyendo Bogotá). Desde el inicio del programa en 2020 hasta diciembre del 2024, ProColombia ha prestado servicios a 1.187 empresas de 26 departamentos (incluyendo Bogotá) y más de 300 empresas reportaron haber realizado negocios en 73 países por un valor de US\$251 millones.

Iniciativas complementarias

- **Ella Exporta a África (ciclo 1):** iniciativa del Gobierno Nacional, liderada por la Vicepresidencia de la República, a través del Fondo Mujer Emprende y en alianza con ProColombia, que busca apoyar la internacionalización de empresas lideradas por mujeres hacia el mercado africano a través de un acompañamiento de un año que abarca actividades de asistencia técnica, fortalecimiento para la internacionalización y una misión exploratoria al continente africano. Se beneficiaron 30 empresas Mipymes, de las cuales 23 participaron en la misión exploratoria a Sudáfrica, generando oportunidades comerciales que actualmente están en negociación en sectores como software, ropa de control, joyería y artesanías.
- **Asistencia técnica para empresas ubicadas en municipios PDET:** se profundizó en darle herramientas a las empresas para que supieran los mínimos del proceso de exportación, las buenas prácticas de empresas con amplia experiencia. Adicionalmente, se preparó a las compañías para su participación en escenarios comerciales, se sugirió la creación de alianzas estratégicas y se trazó la hoja de ruta de la internacionalización. De igual manera, este plan de trabajo planteó una serie de entregables que le permitió a los empresarios tener un insumo que aporte a su inserción en mercados internacionales y que al finalizar la asistencia técnica cuenten con una hoja de ruta para su internacionalización. Adicionalmente, se abordaron temas como estrategia de venta en el

exterior, buenas prácticas internacionales, herramientas de venta y comunicación comercial, alianzas comerciales y requisitos para una primera exportación. 26 empresas han sido beneficiadas de esta asistencia técnica.

- **Ruta de cambio sostenible:** se consolidó un piloto para definir una ruta, para apoyar a la empresa en la estructuración de su estrategia de sostenibilidad y así permitir a éstas construir, implementar y visibilizar de manera estratégica y estructurada sus acciones enfocadas a la sostenibilidad ambiental, social, económica y/o de gobernanza. La mayor parte de las empresas priorizan un enfoque sostenible y social, relacionándolos directamente con algunos objetivos de desarrollo sostenible (ODS). De las 5 empresas que realizaron el piloto se encontró que estas priorizan un enfoque ambiental, la mayoría menciona la producción y consumo responsable, agua limpia y saneamiento, entre otros.
- **Cierre de Brechas Industria digital 2024:** a través del convenio celebrado entre el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones de Colombia y ProColombia, se le brindó asistencia técnica a 60 empresas de la industria digital, a través del Programa de Cierre de Brechas Industria Digital, el cual buscó cerrar las brechas principales que las empresas de servicios pueden presentar a la hora de internacionalizarse. El programa se ejecutó de manera virtual del 5 de septiembre al 8 de noviembre y se realizó en dos etapas:
 - Etapa 1: se desarrolló a través de tres webinars orientados por ProColombia en los siguientes temas: régimen tributario exportación servicios, régimen cambiario y barreras no arancelarias y un webinar orientado por un consultor invitado para revisar aspectos enfocados en la definición de precios para servicios.
 - Etapa 2 – grupos focales: las empresas recibieron acompañamiento focalizado orientado a reducir las brechas que presentan en su proceso de Internacionalización y revisión de aspectos para tener en cuenta para su gestión comercial.

Actividades comerciales y de promoción

Con el fin de generar espacios para que exportadores y futuros exportadores tengan contacto o citas de negocio con compradores internacionales, durante 2024, ProColombia realizó o apoyó la participación de más de 3.200 exportadores de 31 departamentos en más de 200 actividades comerciales y de promoción, donde tuvieron la oportunidad de encontrarse con más de 2.300 compradores de 62 países.

Se realizaron entre otras, las siguientes actividades de manera presencial o virtual:

- **Macrorruedas:**

Se realizaron y/o acompañaron a empresarios colombianos y del exterior en la participación de 3 macrorruedas:

- Primera Macrorrueda Internacional Tres Ejes “Colombia el País de la Belleza” en ciudad de México, se celebró del 11 y 12 de noviembre 2024, en esta edición, para exportaciones se contó con la participación de 109 compradores de 20 países y 174 exportadores de 17 departamentos colombianos, que se materializaron en 1.446 citas de negocios. Como resultado, se obtuvieron más de US\$ 48.6 millones entre expectativas de negocios y ventas en spot.
- Macrorrueda 100, desarrollada en Cartagena, entre el 22 al 26 de abril. Este evento reunió a 1.706 exportadores y 798 compradores internacionales, generando más de 10.792 citas de negocios y expectativas de negocios superiores a los US\$350 millones. Adicionalmente, la primera Rueda de Inversión permitió abrir nuevas oportunidades para atraer capital extranjero a las empresas colombianas mediante citas de negocios.
- XI Macrorrueda de Negocios de la Alianza del Pacífico (AP), evento que reunió a importadores y exportadores de los países miembros del bloque e invitados de Europa, Asia y Norteamérica, contó con la participación de 7 empresas colombianas.

- **Ruedas de Negocios:**

Más de 390 empresarios de 17 departamentos y más de 220 compradores de 25 países participaron en más de 10 ruedas de negocios presenciales y virtuales en Colombia de las que se destacan: Encuentro empresarial Andino, IX Rueda de Negocios de Industrias Creativas +Cartagena, Colombia 4.0, Colombiaplast, CX Summit, Industrias del movimiento Colombia, Internacional Meditech, SOFTIC-Software y TI Colombia, Virtual cosmética, aseo personal y cuidado del hogar, FILBO, rueda de eje moda, Showroom Aruba y Curazao.

- **Misiones:**

Se realizaron 15 misiones de compradores logrando una participación de más de 740 compradores internacionales que se reunieron con exportadores en diferentes lugares del territorio nacional.

Adicionalmente, 431 empresas colombianas fueron parte de las misiones exploratorias que han permitido a los empresarios en sitio fortalecer el conocimiento del comportamiento del mercado, tendencias y compararse con competidores cumpliendo con una agenda con expertos y compradores. Dentro de estas se destacan: Ecuador 2024, Ella exporta a África - Misión 2024, Guatemala 2024, México 2024, Misión Exploratoria Chile Software & TI, Misión Exploratoria Estados Unidos Software & TI, Misión exploratoria

México Software & TI, Misión Exploratoria Panamá Software & TI, Misión exploratoria SIAL-Risaralda, SIAL 2024.

- **Ferias internacionales:**

Se coordinó, apoyó y acompañó a más de 300 empresas nacionales de 19 departamentos para que participaran en más de 40 ferias internacionales que son acordes al producto y mercado objetivo. Se destaca lo siguiente:

- En Estados Unidos 130 empresas colombianas participaron en 13 ferias: AUSTIN TECH WEEK 2024, Coffee Fest Los Angeles, EE.UU, Content Americas, Cosmoprof North America Las Vegas, Feria Internacional Magic Agosto, Feria Internacional Magic LV Febrero, FIME, GDC 2024, IEEE PES T&D 2024, NATPE 2024, PLMA 2024, SWIMWEEK 2024 y Xchange Houston 2024.
- En China 4 empresas colombianas participaron en ferias organizadas en este país. Dentro de estas ferias se destacan: China Intl. Coffee Conference. Global Coffee Beans Trade Week 2024 Kunshan, SIAL SHANGHAI 2024.
- En España 91 empresas colombianas participaron en 4 ferias: Fruit Attraction, Iberseries, Mobile World Congress y MOMAD 2024.
- En México 18 empresas colombianas participaron en 3 ferias: Expo Nacional Ferretera 2024, MipCancun 2024, Feria ABASTUR.
- En Corea 23 empresas colombianas participaron en 3 ferias: 2024 International Horticulture Goyang Korea, SEOUL FOOD, SEOUL CAFE SHOW.
- En Chile 5 empresas colombianas participaron en ExpoCafe Chile 2024.
- En Cuba 5 empresas colombianas participaron en FIHAV 2024.
- En Emiratos Árabes 8 empresas colombianas participaron en Gulfood Dubai 2024.
- En Francia 33 empresas colombianas participaron en Maison & Objet 2024, Mercado Internacional de Films de Animación de Annecy – MIFA, MIPCOM 2024.
- En Italia 4 empresas colombianas participaron en Feria Internacional Home Milano 2024, Feria SIGEP 2024.
- En Japón 15 empresas colombianas participaron en Anuga Select Japan 2024, Feria Wellness Japan 2024, FOODEX 2024, SusHi Tech Tokyo.
- En Panamá 15 empresas colombianas participaron en CLAB 2024.
- En Uruguay 20 empresas colombianas participaron en Ventana Sur 2024.
- En Rusia 1 empresa colombiana participó en la Feria "Semana del diseño e interiores en Moscú" y en Suecia 1 empresa en Cata de Café Colombiano en Estocolmo 27/11.

- **Agendas Comerciales:**

ProColombia coordinó la realización de más de 90 agendas comerciales en Colombia y el exterior, con la participación de cerca de 190 empresas colombianas de 11 departamentos y más de 400 compradores internacionales de 26 países.

Resultados destacables en las apuestas de reindustrialización

Agroindustria y Soberanía Alimentaria

- **Vitrina digital de alimentos - RangeMe:** plataforma que conecta a productores con compradores/distribuidores del canal moderno en mercados clave como Estados Unidos y Europa, empresas colombianas participaron en 98 procesos de compra con supermercados en todo Estados Unidos enviando 18 muestras y conectando exitosamente con 35 cadenas nuevas. Con 5.798 impresiones y 171 visitas al pabellón Colombia, se lograron 77 conversiones comerciales, destacándose negociaciones con Dollar Tree, Giant Food, UNFI, 7-Eleven y Albertsons.
- **Exportación de huevo fresco a Cuba:** en febrero se llevó a cabo el primer envío de huevos a Cuba, gracias al trabajo conjunto del Instituto Colombiano Agropecuario- ICA y la Federación Nacional de Avicultores. La presencia de ProColombia y el ICA en la Feria Internacional de la Habana (FIHAV) fue clave para asegurar acuerdos comerciales y sanitarios que respaldan la calidad y sanidad del producto colombiano.
- **Exportación de carne bovina a El Salvador:** en febrero, el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) y el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA) culminaron exitosamente la negociación con el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) de El Salvador para establecer los requisitos sanitarios que permitieran la exportación de carne bovina y despojos comestibles desde Colombia. Este hito fue posible gracias a un trabajo articulado entre entidades del Gobierno Nacional y el sector privado, en el que ProColombia jugó un papel clave como facilitador del proceso. Desde las primeras gestiones, el patrimonio trabajó en la intermediación entre los organismos sanitarios de ambos países, apoyando la coordinación de reuniones técnicas y promoviendo la alineación de los requisitos sanitarios exigidos por El Salvador con la oferta exportable colombiana. Además, organizó eventos de capacitación como webinars y asesorías especializadas para orientar a los empresarios del sector cárnico sobre los estándares de exportación, el proceso de certificación y las oportunidades comerciales en el mercado centroamericano. Gracias a este esfuerzo conjunto, en agosto se realizó la primera exportación de carne bovina colombiana a Centroamérica, marcando un avance significativo para la diversificación de mercados del sector cárnico nacional.

- **Consultorios móviles regionales (Antioquia):** espacios de presencia institucional en las subregiones de Antioquia, en los que la Gobernación de Antioquia, las Cámaras de comercio, Instituciones Educativas y ProColombia buscan identificar nueva oferta exportable en los territorios.
- **Programa Colombia exporta sostenible:** gracias a la colaboración de AL INVEST Verde de la Unión Europea, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y ProColombia, a través de la consultora Track Global Solutions, llevó a cabo desde 2023 el Programa “Colombia Exporta Sostenible” con el propósito de impulsar las exportaciones agroindustriales colombianas a la Unión Europea, mediante la identificación de brechas en materia de sostenibilidad entre la oferta colombiana y las exigencias de este mercado, enfocado en 7 productos: café, cacao, aceite de palma, frutas, flores, azúcar de caña y sachá inchi. El programa finalizó en 2024 con los siguientes resultados:
 - Una hoja de ruta con acciones específicas que busca desarrollar un modelo de exportaciones para Colombia enfocado en prácticas sostenibles.
 - 2 documentos de diagnóstico sobre las características de sostenibilidad de la demanda de la UE y la oferta colombiana, los cuales se pueden consultar en los siguientes enlaces:
 - [Requisitos de sostenibilidad para la exportación de productos agroindustriales a la Unión Europea](#)
 - [Diagnóstico de la oferta colombiana e productos agroindustriales frente a los requisitos de sostenibilidad de la Unión Europea](#)
 - 7 guías prácticas para cada uno de los productos que fueron incluidos en este programa.
 - Cursos tanto virtuales y presenciales tanto para funcionarios de gobierno como para aquellos interesados en ampliar su conocimiento sobre este tema.
- **Proyecto para la exportación de cafés tostados de origen:** en colaboración con Swisscontact y la Federación Nacional de Cafeteros, ProColombia apoyó la estrategia de exportación de café tostado colombiano. En 2024, empresas de café tostado participaron en Coffee Fest Los Ángeles y Expocafé Chile, con degustaciones y catas en Nueva York, Los Ángeles y Santiago de Chile, destacando el valor del café procesado de origen colombiano.

Reindustrialización del sector salud

- Alineados con la Política de Reindustrialización, se han realizado actividades que impactan transversalmente a la apuesta y se fortalece el posicionamiento de Colombia como un proveedor global de los sectores farmacéutico, dotación hospitalaria y servicios de salud.
 - ProColombia participó a través de un pabellón Colombia en Florida International Medical Expo - FIME, feria internacional líder del sector salud en las Américas, con 8 exportadores de las cadenas de Sistema Moda, Metalmecánica y Otras Industrias, Industrias 4.0 y

Químicos y Ciencias de la Vida, generando expectativas de negocio de más de US\$3 millones.

- En el marco de la feria Meditech, se realizó una rueda de negocios internacional con la participación de 23 compradores internacionales de 12 países y 39 exportadores colombianos, generando expectativas de negocio por cerca de US\$2.7 millones.

Reindustrialización defensa y vida

- Se han realizado actividades con la industria militar colombiana, colaborando con Indumil, Cotecmar, CIAC y el Viceministerio del GSED- Grupo Social y Empresarial de la Defensa, con el objetivo de aprovechar su capacidad instalada de metalmecánica. Se destaca la participación de empresas colombianas en la feria Sociedad Latinoamericana de Operadores de Terminales Marítimo Petroleros y Monoboyas - SLOM en Punta del Este, Uruguay, enfocada en el sector astillero, con expectativas de negocio por US\$53 millones.

Servicios basados en el conocimiento:

- **La alianza entre ProColombia y Proimágenes Colombia** ha sido fundamental para promover internacionalmente los sectores: audiovisual, videojuegos y animación. Ambas entidades colaboraron en eventos clave como son: Content Americas, Mercado Internacional de Films de Animación de Ancey - MIFA 2024, Bogotá Audiovisual Market -BAM, Gamescom, Iberseries, Mercado Internacional de Coproducción y Contenidos de Entretenimiento -Mipcom, American Film Market, MipCancún y Ventana Sur. Esta alianza busca apoyar a las empresas colombianas y posicionar al país como referente en la proveeduría de servicios audiovisuales, así como la promoción de Colombia como destino atractivo para rodajes internacionales y como proveedor de animación y de videojuegos.

Otros sectores productivos:

Se destacan resultados importantes del año de las apuestas desarrollo productivo territorial y transición energética:

- **Se lanzó el portal de Compras Públicas**, que ayuda a empresarios a identificar licitaciones en Guatemala, Panamá, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Chile. Por medio de esta estrategia, a través de la información disponible en el portal, el Grupo de Energía de Bogotá ganó una licitación para la construcción de una línea de transmisión en Guatemala, reforzando la presencia de Colombia y promoviendo el desarrollo sostenible en la región.

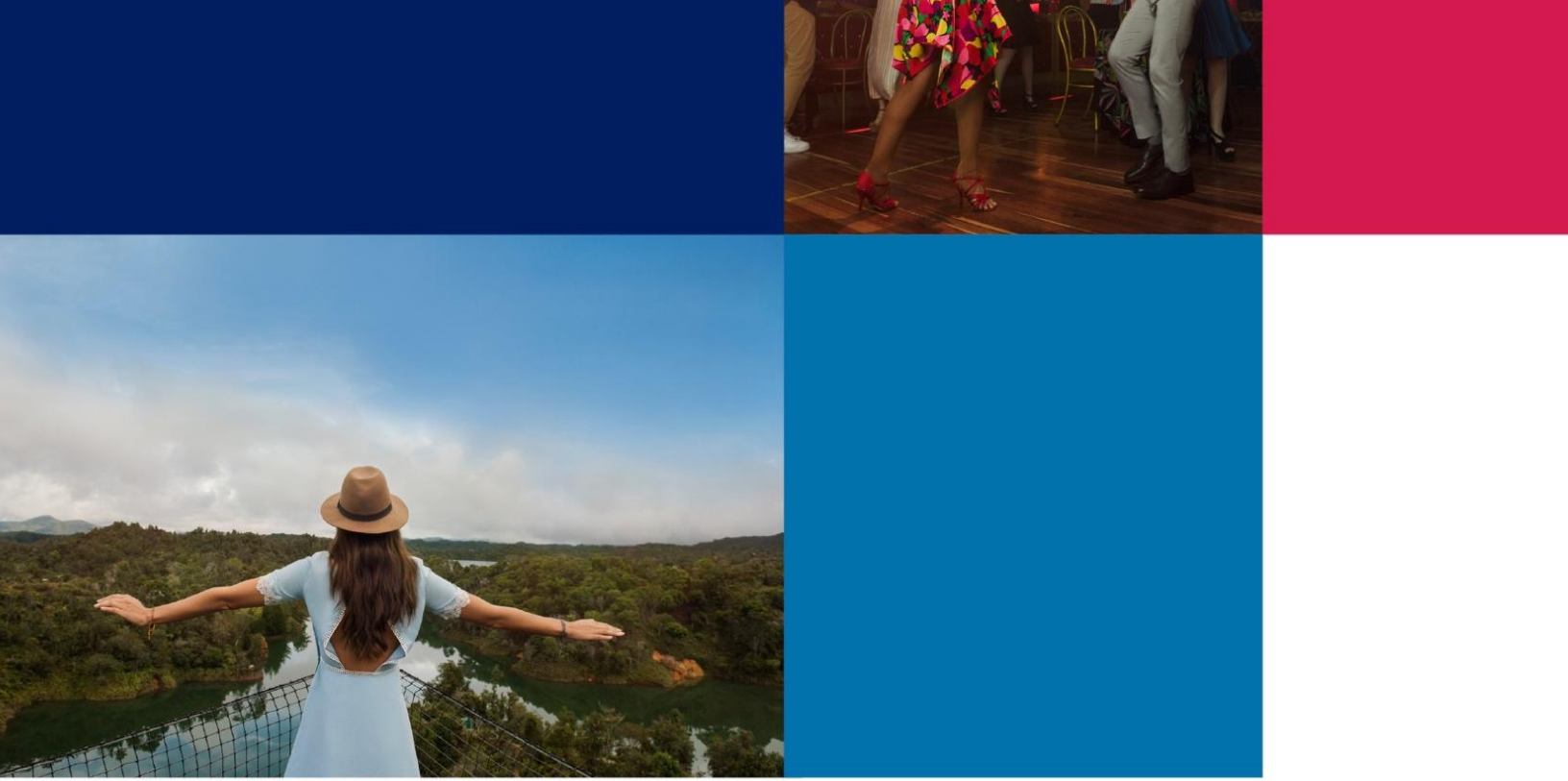
Casos de éxito

Se presentan a continuación algunos casos de éxito de empresarios que llegan con nuevos productos a nuevos mercados, como resultado del trabajo del Ministerio en conjunto con las embajadas de Colombia en el exterior, ProColombia y otros organismos del Gobierno Nacional en temas de diplomacia sanitaria y comercial:

- **Inirida:** Liwi Flore Eterna SAS, una empresa de Inirida con un producto único en Colombia, ha logrado incrementar sus exportaciones y acceder a nuevos mercados gracias a la articulación de ProColombia con el Import Promotion Desk, entidad cooperante internacional de Alemania. Liderada por mujeres y con una producción 100% realizada por la comunidad indígena local, esta empresa ha exportado a Estados Unidos y Canadá, y participó del 5 al 7 de noviembre en la Feria Internacional de Floricultura Trade Affirmed 2024 en Holanda.
- **Cesar:** primeras exportaciones de la empresa Trilladora Valentina Ltda, empresa 100% regional del Cesar, ubicada en Valledupar. Exportación de café verde especial orgánico con destino a Dammam en Arabia Saudita y un segundo despacho a Praga. Esta es una empresa que se destaca porque trabaja con comunidades, campesinos y paga precio justo a productores de la serranía de Perijá y sierra nevada en el Cesar; así mismo, es una empresa liderada por un joven, tercera generación de productores que ofrece productos de valor agregado. Desde ProColombia esta compañía ha recibido acompañamiento exportador, relacionamiento comercial con empresa de Irlanda, asistencia en procesos técnicos y operativos.
- **La Guajira:** se han realizado estrategias en conjunto con la Cámara de Comercio de La Guajira, la Universidad de La Guajira y las administraciones locales, con el objetivo de promover las exportaciones no minero-energéticas, generando una cultura de internacionalización en el territorio. Destacándose el “Programa Guajira Exporta”, que ha permitido darle bases en procesos de exportación a los artesanos del departamento, facilitando la participación en ferias, como es el caso de la Macrorrueda 100, en la que asistieron 7 empresarios de La Guajira.

Alineación de la estrategia de exportaciones con los Objetivos de Desarrollo Sostenible

	Preparación de exportadores de la cadena de agroalimentos para la seguridad alimentaria mundial.		Promoción del comercio justo e inclusión en las cadenas de valor, incremento de las exportaciones para la oferta sostenible.
	Fomento de las exportaciones y programas para el empoderamiento económico de las mujeres y jóvenes.		Preparación de exportadores en prácticas sostenibles de producción para que sean más competitivos en mercados internacionales.
	Las empresas exportadoras con prácticas sostenibles generan crecimiento económico inclusivo, empleo y trabajo decente para todos.		Fomento de prácticas que contribuyan al cuidado de bosques, los ecosistemas y biodiversidad para generar oportunidades comerciales en ese segmento.
	Promoción de las exportaciones que faciliten la infraestructura sostenible.		Aprovechamiento de recursos de cooperación y articulación con otras entidades.



Turismo sostenible e incluyente -

Internacionalización y economía
para la vida

Turismo Sostenible e incluyente - Internacionalización y Economía para la vida

Enmarcados en el Plan Sectorial de Turismo 2022 – 2026: Turismo en armonía con la vida y desde la misión estratégica de ProColombia, se crean diferentes estrategias y acciones para posicionar a Colombia, el país de la belleza, como un destino sostenible y de calidad, para atraer turistas internacionales vacacionales y de reuniones, buscando el encadenamiento de los destinos emergentes y experiencias que involucren turismo de base comunitaria en las 6 regiones turísticas.

Estrategia de mercadeo y promoción para el posicionamiento de Colombia en el mapa global del turismo

El 7 de septiembre de 2023 marcó un hito en la proyección internacional de Colombia con el lanzamiento de la narrativa de país "Colombia, el país de la belleza". Este ambicioso mensaje destaca la riqueza natural, cultural y humana que define al país, desde su biodiversidad incomparable hasta las tradiciones únicas y el talento de su gente. Con esta narrativa, Colombia no solo reafirma su identidad, sino que invita a los viajeros internacionales a descubrir un destino de experiencias extraordinarias.

Desde su presentación, esta iniciativa ha tomado fuerza a través de una serie de acciones estratégicas diseñadas para posicionar al país en mercados clave. Entre los momentos más destacados se encuentran las activaciones en lugares icónicos realizados en 2023 como Times Square en Nueva York, Piccadilly Circus en Londres, el Burj Khalifa en Dubái y la Lonja de Comercio en La Habana. En 2024, estas activaciones tuvieron lugar en el Metro de Madrid y en Sphere de Las Vegas.

Además, la alianza estratégica con Expedia, una de las plataformas de viajes más influyentes del mundo, permitió expandir aún más el alcance de la narrativa.

Asimismo, la campaña Human Migration, conocida oficialmente como Humanimal, ha sido una pieza clave para transmitir la esencia de Colombia. Inspirada en las especies migratorias que eligen al país como su hogar temporal, invita a los viajeros a encontrar también su refugio en Colombia, conectándose con su biodiversidad y cultura. Su lanzamiento en Sphere de Las Vegas fue el eje de una estrategia 360° que incluyó medios digitales, tradicionales y transaccionales, así como colaboraciones con socios comerciales para promover descuentos exclusivos en viajes al país.

Para maximizar el impacto de estas acciones, ProColombia, en colaboración con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, implementó una estrategia global de difusión que combinó anuncios digitales, publicaciones nativas y colaboraciones con influenciadores reconocidos. Estos esfuerzos han mostrado al mundo las experiencias únicas que solo Colombia puede ofrecer, desde su exuberante naturaleza hasta su vibrante cultura.

Gracias a estas iniciativas, Colombia ha logrado consolidarse como un destino atractivo y diverso. La narrativa "Colombia, el país de la belleza" no solo proyecta la esencia del país, sino que también reafirma su lugar en el panorama internacional como un destino que inspira, conecta y cautiva.

Actividades de promoción

Con el fin de promover a Colombia como destino de turismo internacional y poner en contacto a los empresarios nacionales con la demanda internacional se realizaron las siguientes actividades tanto en Colombia como en los diferentes mercados priorizados:

- **Macrorruedas:**

- **Colombia Travel Mart – CTM 2024:** es el principal encuentro de negocios de turismo receptivo en Colombia, siendo esta la vigésimo séptima versión. Este evento, que se realiza en el marco de la vitrina turística de ANATO, ofrece sus servicios a empresarios de turismo de los segmentos vacacional y reuniones de los principales mercados del mundo. Para 2024, el encuentro de negocios de turismo permitió que 180 compradores internacionales de 26 países se reunieran con 207 empresarios colombianos de 21 departamentos y se reportaran expectativas de negocios por US\$92.5 millones.
- **Colombia Nature Travel Mart – CNTM 2024:** se llevó a cabo del 26 al 28 de septiembre en Valledupar, Cesar con apoyo de la Gobernación del Cesar y la Alcaldía. Este encuentro de negocios de turismo de naturaleza permitió que 50 compradores internacionales de 15 países se reunieran con 64 empresarios colombianos de 19 departamentos y se reportaran expectativas de negocios por US\$10.9 millones.
- **Macrorrueda Internacional México 2024:** realizado en Ciudad de México los días 11 y 12 de octubre. Este evento marcó un hito al desarrollarse por primera vez de manera conjunta con los ejes misionales de Exportaciones e Inversión. En la Rueda de Negocios de Turismo, participaron 24 empresas mexicanas y 8 empresas colombianas. Según los datos reportados por los empresarios, se llevaron a cabo 266 reuniones que generaron expectativas de negocio por aproximadamente US\$8,1 millones.

- **Presentaciones de destino:**

Se realizaron 76 presentaciones de destino en Argentina, Austria, Bélgica, Brasil, Canadá, China, Ecuador, España, Estados Unidos, Francia, Guatemala, Italia, Jamaica, Japón, México, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, Reino Unido, República Dominicana, Suecia, Uruguay y Venezuela, con más de 900 participantes con el fin de dar a conocer a mayoristas, agencias y tomadores de decisión de los mercados internacionales, los diferentes destinos y productos turísticos del país.

- **Viajes de Familiarización y Viajes de Prensa:**

Para que mayoristas, agencias internacionales y medios de comunicación conocieran de primera mano la oferta turística de Colombia y pudieran promoverla y difundirla a nivel internacional, se organizaron 55 viajes de familiarización y más de 20 press trips. Estas actividades contaron con la participación de más de 500 representantes provenientes de 38 países.

- **Ferias y eventos internacionales:**

Con el fin de dar a conocer la oferta colombiana, Colombia y los empresarios de la industria turística estuvieron presentes en cerca de 70 ferias y eventos internacionales (incluye Workshops) en más de 20 países, entre ellos: Alemania, Argentina, Baréin, Brasil, Colombia, Costa Rica, Curazao, Emiratos Árabes Unidos, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Irlanda, Italia, Japón, México, Omán, Reino Unido, Singapur, Turquía y Venezuela.

Algunas de las ferias y eventos internacionales más destacados fueron: FITUR, WTM Londres, ITB, Feria Fit Argentina, Global Bird Fair, WTM Latinoamérica, Seatrade Cruise Global, Routes World, Fiexpo Latin América e IBTM World.

Workshops

Con el objetivo de impactar mercados clave dentro de la estrategia de promoción del país, estos eventos integran conferencias, talleres, capacitaciones y viajes de familiarización. Además, crean espacios en los que los empresarios colombianos pueden presentar su oferta ante compradores internacionales, identificar oportunidades de negocio y establecer alianzas estratégicas. A continuación, algunos de estos eventos destacados:

- **Roadshow de Colombia en Ecuador:** se llevó a cabo una actividad dirigida a más de 20 mayoristas y minoristas ecuatorianos para presentar la oferta turística de Colombia, en el marco de la estrategia de las Regiones Turísticas. Como parte del esfuerzo por dar continuidad a las iniciativas de ProColombia en este mercado, el segundo mayor emisor de viajeros hacia destinos nacionales según cifras recientes de Migración Colombia, se seleccionaron las ciudades de Quito (16 y 17 de julio) y Guayaquil (18 y 19 de julio) para desarrollar diversas actividades. Estas jornadas ofrecieron a 15 empresarios colombianos espacios de relacionamiento y capacitación para presentar su oferta, incluyendo nuevos productos, destinos y experiencias, al canal profesional de turismo de Ecuador. Como resultado, los empresarios reportaron expectativas de negocio superiores a los US\$6 millones.
- **II Workshop de Turismo Romance Panamá:** se eligió a Panamá (uno de los mercados priorizados para la promoción de Colombia y su oferta ligada al segmento de turismo romance) como sede de la segunda edición de este workshop especializado, el cual tuvo lugar entre el 3 y 4 de septiembre del presente año. La actividad corresponde a un espacio de comercialización propio en el que los

empresarios colombianos puedan presentar su oferta para el segmento de turismo romance ante el canal profesional turístico y de bodas en mercados priorizados, con el fin de generar derrama económica en distintas regiones turísticas del país. Se contó con la participación de 11 empresarios colombianos y 27 empresarios panameños dedicados a la organización de bodas destino. Los empresarios informaron expectativas de negocio de US\$871 mil.

- **Roadshow Asia:** el Roadshow con Emirates y DNATA, realizado en Dubái y Seúl entre el 25 y el 29 de noviembre, fue un destacado evento de promoción de Colombia en mercados asiáticos. La actividad contó con la participación de 5 empresas colombianas y más de 80 invitados, incluyendo agencias de viajes, equipos de prensa, agencias de conectividad aérea y organizaciones gubernamentales. A través de diversas presentaciones, se destacó la diversidad, riqueza cultural y belleza natural de Colombia, promoviendo destinos emblemáticos como Bogotá, Medellín, el Paisaje Cultural Cafetero, Cartagena, el Amazonas y la región del Pacífico. Además, se presentó la oferta de turismo cultural, de naturaleza, de aventura, de lujo y de incentivos y eventos. Como resultado de este encuentro, los empresarios colombianos reportaron expectativas de negocio superiores a los US\$3 millones.
- **Workshop - Gira Comercial Brasil:** la rueda de negocios del workshop tuvo lugar el 2 de octubre en Sao Paulo, y el 4 de octubre en Rio de Janeiro. En este espacio participaron más de 30 compradores distribuidos entre las dos ciudades. Por parte de los exportadores, participaron 24 cuentas nacionales que pasaron por todo el proceso de evaluación, distribuidas de la siguiente manera; 13 establecimientos de alojamiento, 1 entidad de promoción y 11 operadores. Con un 64% de las evaluaciones realizadas por los compradores se presentaron expectativas de negocio de US\$8,1 millones.
- **Workshop Estados Unidos:** este evento, realizado del 21 al 23 de octubre en Miami, realizado en el marco de la feria de turismo World Travel Expo (WTE), contó con más de 2.000 delegados de la industria turística, donde se destacan hosted buyers de Estados Unidos, compradores de Norteamérica y algunos países latinos, así como proveedores de la industria, donde se encuentran OTAs, aerolíneas, otros destinos, agencias y mayoristas de turismo. Asistieron 24 empresas, donde de acuerdo con los datos registrados por los empresarios participantes, se lograron expectativas de negocio por aproximadamente US\$5,5 millones, generadas a través de 345 reuniones, de las cuales un 61% correspondieron a compradores estadounidenses.
- **Workshop Chile y Perú 2024:** llevado a cabo el 4 de junio en Lima, Perú, y el 6 de junio en Santiago de Chile, es el encuentro comercial y de promoción más importante estos mercados. Los objetivos del evento fueron: posicionar a Colombia como destino turístico de talla internacional, sostenible, articulador de la cultura, el patrimonio y las comunidades; dar a conocer su oferta actualizada y novedosa, y generar oportunidades de negocios para las partes involucradas. En el encuentro participaron más de 20 empresas colombianas de las regiones Gran Caribe Colombiano, Andes Occidentales y Andes Orientales y quienes por operación y cobertura ofrecían las 6 regiones turísticas. Los compradores participantes informaron expectativas de negocio de más de US\$800.000.

- **Workshop Europa 2024:** este evento, realizado del 30 al 31 de octubre, contó con la participación de 28 empresas colombianas y 16 europeas. Aunque las últimas 2 versiones se realizaron en Colombia, para esta se regresó a Europa para llevar a cabo el evento en Madrid, España. Además de las citas de negocio, se brindó un espacio de capacitación sobre el uso de inteligencia artificial en turismo a cargo del conferencista Miguel Flecha. De acuerdo con los datos registrados por los empresarios participantes, se lograron expectativas de negocio por aproximadamente US\$4 millones, generadas a través de 159 reuniones.
- **Workshop Argentina, Paraguay y Uruguay 2024:** realizado el 24 de mayo, fue un encuentro comercial de un día en la ciudad de Santa Marta, con la realización previa de viajes de familiarización en el Gran Caribe Colombiano. De acuerdo con los datos registrados por los empresarios participantes, se lograron expectativas de negocio por aproximadamente US\$1,9 millones, generadas a través de 360 reuniones.

A continuación, se destacan los principales resultados o actividades de promoción realizadas a nivel de productos turísticos:

- **Turismo de naturaleza:**

- Se destaca la presencia de ProColombia en ferias especializadas como Bird Fair en el Reino Unido, Bird Fair en Finlandia y la Cumbre de la Adventure Travel and Trade Association (ATTA).
- Socialización del estado y oferta ecoturística de Parques Nacionales Naturales (PNN). En línea con el plan de trabajo con los PNN, se realizó una capacitación a empresarios y funcionarios para informar sobre la apertura y oferta ecoturística de los parques. Este evento contó con la participación de 41 asistentes.
- Rueda de Encadenamiento de Colombia Nature Travel Mart 2024, de la mano de ACOTUR, desarrollada en la ciudad de Mocoa, Putumayo, permitió facilitar encuentros efectivos entre empresas nacionales y fomentar la exposición internacional de los empresarios. Operadores locales, alojamientos y aerolíneas mostraron sus productos innovadores a potenciales compradores, fortaleciendo así su oferta para el evento más importante de turismo de naturaleza de la región (Colombia Nature Travel Mart).
- En el marco de la Rueda de Negocios Colombia Nature Travel Mart 2024, se realizaron, del 20 al 25 de septiembre, 7 viajes de familiarización en los cuales se priorizó el Chocó. Estos viajes se centraron en la sostenibilidad, la conservación marina y el turismo responsable, permitiendo que agentes de viajes, operadores turísticos y otros profesionales del sector, provenientes de Alemania, Francia, Estados Unidos, Brasil y Canadá, experimentaran de primera mano los servicios y atractivos de la región. Esto no solo fortaleció su conocimiento del destino, sino que también facilitó una promoción más efectiva y auténtica.

- **Turismo cultural:**

ProColombia enfocó sus esfuerzos en viajes de familiarización y prensa que permitieron a los participantes adentrarse en una experiencia inmersiva y vivir de primera mano el turismo de cultura, entre estos se destacan:

- En mayo, 5 mayoristas del Líbano visitaron Bogotá, el Paisaje Cultural Cafetero y Cartagena.
- En julio, con 4 agencias de viajes de Japón se realizó un viaje enfocado en la cultura cafetera, complementado con experiencias de naturaleza en Caño Cristales, visitas a ciudades capitales y gastronomía. Este viaje dio como resultado el levantamiento del Travel Warning para Caño Cristales, con este mercado.
- En alianza con Arajet participaron 2 mayoristas de República Dominicana, se realizó un viaje de prensa con medios generalistas dominicanos. La agenda se centró en Bogotá como destino ideal de turismo.
- En agosto, en conjunto con el Instituto Distrital de Turismo, se organizaron 2 viajes de familiarización para destacar la oferta turística cultural de Bogotá y sus alrededores. Los productos incluyeron cultura, ciudades capitales, gastronomía, pueblos patrimonio, turismo religioso y artesanías.
- En agosto, ProColombia organizó un viaje de familiarización para Martinique Lewis, presidenta de Black Travel Alliance, con el fin de que conociera el Festival Petronio Álvarez y Santa Marta. Su visita tuvo como objetivo obtener recomendaciones para el desarrollo y promoción del turismo afro en Colombia.
- En colaboración con Artesanías de Colombia, se promovieron las rutas turísticas artesanales durante FITUR 2024. Asimismo, con Colombian Trip y 3,2,1 Colombia (empresa especializada en turismo gastronómico), se realizó una experiencia de cata de frutas colombianas dirigida a empresarios de Medio Oriente en el marco de Arabia Travel Market 2024, en Dubái.
- Además, ProColombia realizó distintas activaciones culturales en diversas ferias, workshops, eventos internacionales y roadshows. Estas incluyeron muestras de bailes típicos, degustaciones de café y frutas colombianas. Además, se organizaron viajes de familiarización centrados en nichos del turismo cultural, como ciudades capitales, turismo religioso, artesanías y arqueología.

Dentro de las alianzas y proyectos estratégicos de la entidad, cabe destacar que:

- ProColombia inició un acercamiento con el ICANH (Instituto Colombiano de Antropología e Historia) para alinear objetivos de promoción turística con la oferta arqueológica del país. Este trabajo busca reformular la imagen de los parques arqueológicos a nivel internacional, destacando destinos como el Camino Teyuna en el Gran Caribe, Tierradentro en el Macizo Colombiano y La Lindosa en la Orinoquía-Amazonia Colombiana.

- Se llevó a cabo una Rueda de Encadenamiento en el marco de Colombia Travel Mart 2024, permitiendo a empresarios especializados en cultura presentar su oferta a exportadores durante la rueda de negocios internacional.
- Alineación con la sección cultural del Viceministerio de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, para dar a conocer los objetivos y alcances desde el producto de turismo cultural en ProColombia.
- **Turismo Comunitario:**
 - COWATER y la Fundación CREATA, con el apoyo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a través de ProColombia, desarrollaron un proyecto para impulsar el turismo comunitario en Colombia, con enfoque en la internacionalización y el potencial de los mercados norteamericano y canadiense. Se seleccionaron tres comunidades para validar sus propuestas: la Red de Turismo Comunitario de Tierralta (Córdoba), la Asociación ASOECOTURAMA en Inírida (Guainía) y la organización Conociendo en Tumaco (Nariño). El 22 de octubre, se realizó un evento híbrido para socializar el proyecto a nivel nacional entre entidades y actores del sector turístico.
 - Del 19 al 25 de abril de 2024, se coordinó un viaje de familiarización desde Canadá, en el que participaron 8 compradores. Los destinos visitados fueron Medellín y San José del Guaviare, con la operación a cargo de The Colombian Trip de Bogotá.
 - El 27 de noviembre de 2024, se realizaron una serie de webinars de promoción en Cartagena para promover el turismo comunitario. Participaron las empresas Beyond the Wall y Marimba, destacando las experiencias disponibles en Cartagena y el Pacífico Colombiano, con enfoque en los mercados estadounidense y canadiense.
 - Durante Colombia Travel Mart y Colombia Nature Travel Mart 2024, se organizaron recorridos específicos enfocados en el turismo comunitario, permitiendo a los participantes conocer las experiencias ofrecidas en diferentes destinos.
 - En el marco de la COP 16, se promovieron paquetes turísticos enfocados en el turismo comunitario, con especial atención en Cali, el Valle del Cauca y el Pacífico Colombiano, como parte del proyecto desarrollado con USAID - Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional y Destino Naturaleza. Lo anterior se complementó con sesiones realizadas en el marco del Programa de Formación Exportadora y a través del Programa "Turismo al Barrio". Este programa se llevó a cabo en áreas de influencia cercanas a atractivos turísticos en barrios y municipios emergentes con potencial turístico, cuyo objetivo es no solo desarrollar destinos, sino también fortalecer comunidades turísticas capaces de autogestionar su realidad y aportar a la cadena de valor del turismo desde sus actividades cotidianas.
 - Del 18 al 25 de noviembre de 2024, se llevó a cabo un viaje de prensa con la participación de 4 medios internacionales (Estados Unidos, Perú, Alemania y Chile). El objetivo fue posicionar la

estrategia turística del Gran Caribe Colombiano y los territorios que inspiraron las novelas de Gabriel García Márquez. Durante el recorrido, que incluyó destinos como Cartagena, Barranquilla, Mompox y Nueva Venecia, los periodistas experimentaron y compartieron las ofertas de turismo comunitario, gastronómico y de naturaleza, resaltando su enfoque en la sostenibilidad ecológica y cultural.

- **Turismo de Sol y Playa:**

- Se actualizó el brochure de Playas Bandera Azul, el cual fue presentado durante la ceremonia en Bogotá, disponible en Colombia.Travel. Este material refleja el compromiso de Colombia con el turismo sostenible, reafirmando su liderazgo como destino responsable con el medio ambiente. El país mantiene la certificación Blue Flag en ocho playas ubicadas en Sucre, Valle del Cauca, Magdalena, San Andrés y Bolívar, lo que subraya su esfuerzo por proteger los ecosistemas y fomentar el desarrollo económico de las comunidades locales.
- Se renovó la información sobre las Playas Bandera Azul en Colombia.Travel, destacando tanto sus beneficios medioambientales como el creciente interés de los turistas por destinos responsables. Cada vez más viajeros buscan playas que ofrezcan un comportamiento amigable con la naturaleza y que cuenten con buenas prácticas medioambientales.
- La certificación Blue Flag asegura estas prácticas, y en Colombia, cada año crece el número de playas que reciben este reconocimiento. Entre las playas certificadas se encuentran: Johny Cay (San Andrés), Playa Azul (La Boquilla, Cartagena), Bello Horizonte (Santa Marta), Playa Dorada (Buenaventura), Playa Blanca (Santa Marta), Playa Segunda Ensenada (Coveñas), Playa Sector El Edén (Coveñas) y Playa Sector Palo Blanco (Tolú). Este prestigioso reconocimiento no solo eleva la visibilidad de estas playas a nivel internacional, sino que también atrae más visitantes y mejora los ingresos para las comunidades cercanas.
- Se renovó el contenido editorial en el Blog de Colombia.Travel, con artículos que invitan a explorar las playas más destacadas de Colombia. En ellos, los viajeros podrán conocer más sobre las maravillas naturales del país y las mejores opciones para disfrutar de playas que combinan belleza y sostenibilidad.

- **Turismo LGBTQ+:**

En 2024, ProColombia participó en múltiples actividades en el marco del turismo LGBTQ+:

- En el Orgullo de Madrid (MADO), Colombia fue el país invitado, destacando la oferta de turismo LGBTQ+ a través de una presentación a compradores especializados, una campaña en redes sociales dirigida al público del evento y la participación de ProColombia en diversos espacios de la semana.

- Viaje de familiarización especializado en turismo LGBTQ+ en el marco de Colombia Travel Mart 2024 (del 23 al 27 de febrero de 2024), operado por OUT in Colombia, en donde participaron 9 compradores: 6 de Estados Unidos y 3 de Canadá que visitaron los destinos de Medellín y Cartagena.
 - Viaje de prensa especializado en turismo LGBTQ+, realizado del 20 al 25 de junio de 2024 operado por OUT in Colombia. El viaje contó con la participación de 6 medios diferentes, que visitaron los destinos de Cartagena y Medellín.
 - ProColombia acompañó y participó en We Trade, un evento organizado por la Cámara de la Diversidad que promueve diversos segmentos de inclusión, como LGBTQ+, afro y accesibilidad. En el marco de este evento, se llevó a cabo la 4ta Rueda de Negocios Diversa, con la participación de 8 empresas de México, España y Perú, junto a 19 empresas colombianas.
 - El 25 de julio de 2024, ProColombia participó por quinta vez en el Foro LGBT de São Paulo, un evento especializado en turismo LGBTQ+ en el mercado brasileño. Se contó con un stand institucional y se realizó una presentación del destino para todos los asistentes.
 - Se llevó a cabo una activación en el mercado brasileño con Drag Brunch Brasil el 18 de agosto de 2024, donde se invitó a más de 40 miembros de la industria turística brasileña especializados en este segmento.
 - Se acompañó la participación en la feria GNetwork360 en Argentina del 29 al 30 de agosto con una presentación de destino realizada al público especializado en turismo LGBTQ+ del mercado. Asimismo, se contó con un stand institucional los dos días del evento.
 - Como parte de la estrategia realizada de la mano de Cooperación y Convenios con el apoyo de COWATER a través del Expert Deployment Mechanism for Trade and Development (EDM) y frente al estudio de mercado para los perfiles LGBTIQ+ y Mujeres, se cuenta con el programa "Desarrollo del Turismo Inclusivo en Colombia, sobre Mejores Prácticas Internacionales". Se comparten los resultados obtenidos: 1. Más de 400 asistentes en los talleres de Turismo inclusivo en las 6 regiones turísticas. 2. Transferencia de conocimientos en criterios y tendencias para la captación de turistas canadienses para los perfiles de género y LGBTIQ+.
 - Por quinta ocasión, se participó en la Convención Global de IGLTA (International Gay and Lesbian Travel Association), celebrada del 23 al 25 de octubre de 2024 en Osaka, Japón. La participación incluyó la vinculación al Tourism Networking Lunch y la presencia con un stand institucional durante dos días de la feria.
 - También se participó en la feria de turismo Festuris en Brasil, mediante un stand institucional y una presentación del destino. Esta actividad tuvo como objetivo posicionar el segmento LGBTQ+ ante el público especializado de este mercado en el ámbito brasileño.
- **Turismo de lujo:**

En 2024, Colombia consolidó su presencia en los principales eventos internacionales de turismo de lujo, destacándose como un destino exclusivo y sostenible ante agencias globales, operadores turísticos y

expertos del sector. A continuación, se detalla el impacto y las acciones realizadas en cada uno de estos importantes encuentros:

- Signature Travel Network: del 11 al 14 de noviembre de 2024, Colombia estuvo presente en uno de los eventos más destacados del turismo de lujo, celebrado en The Venetian, Las Vegas, con 2.701 asistentes, incluyendo 1.748 miembros, 843 socios y 45 nuevos aliados estratégicos. En el marco del evento, se realizaron más de 80 citas uno a uno con agentes y operadores globales, promoviendo a Colombia como un destino exclusivo de turismo de alto nivel. Adicionalmente, se asistió a charlas especializadas que abordaron temas como inteligencia artificial, marketing, estrategias de comunicación, ultra lujo e inteligencia comercial. Esta participación reafirmó el compromiso de Colombia con la excelencia en este segmento, conectando su riqueza cultural y natural con el mercado global del lujo y aprovechando oportunidades estratégicas en el ámbito internacional.
- Participación en Virtuoso Travel Week 2024: en Las Vegas se promovió a Colombia como destino de turismo de lujo mediante 97 citas uno a uno con agencias globales de lujo y reuniones de alto nivel con directivos de empresas clave como Salamandra Hotels, Intrepid Travel, Big Five, entre otras. Se presentó la oferta turística de Colombia a más de 90 agencias internacionales. Además, se participó en charlas especializadas sobre tendencias en turismo de lujo, abordando temas como inteligencia artificial y marketing. El evento permitió establecer relaciones con agencias de lujo de Estados Unidos, Canadá, Brasil, Australia, Reino Unido, y otros países, así como con 5 medios de comunicación internacionales, fortaleciendo la presencia de Colombia en el mercado global de turismo de lujo.
- Participación en USTOA Annual Conference And Marketplace: se promovió a Colombia como destino turístico mediante citas uno a uno con empresas líderes del sector turístico norteamericano, estableciendo conexiones comerciales y alianzas estratégicas. Se participó en sesiones especializadas sobre las últimas tendencias y factores que afectan la industria turística global. Además, se tuvo acceso a charlas con expertos y sesiones educativas con herramientas innovadoras.
- Se realizó una presentación destino a más de 40 tour operadores, agencias y DMO's (Destination Management Organization), lo que resultó en un incremento significativo en las cuentas que venden el destino, reflejando un crecimiento en su presencia en el evento. La interacción con más de 40 tour operadores de Estados Unidos tuvo un impacto directo en el fortalecimiento de la presencia de Colombia en este mercado, logrando reforzar las relaciones y de esta manera seguir desarrollando alianzas comerciales estratégicas que impulsan la promoción del destino.
- Por otra parte, en el marco del Partnership Agreement entre ProColombia y Virtuoso, diseñado para consolidar a Colombia como un referente en turismo de lujo, se ejecutaron acciones estratégicas de alto impacto. Entre ellas, la campaña de mailing Virtuoso Escapes Email, dirigida a la exclusiva red de agentes de viajes de Virtuoso y más de 60.000 consumidores selectos del segmento de lujo en Canadá y Estados Unidos. Esta acción permitió a empresarios colombianos como Metropolitan

Touring y Galavanta posicionarse como socios clave en un mercado exigente, destacando la oferta única de experiencias personalizadas y sostenibles de Colombia.

El alcance y prestigio de estas iniciativas no solo reforzaron la percepción de Colombia como un destino de alto gasto, sino que también abrieron oportunidades concretas para generar alianzas comerciales y captar un público dispuesto a invertir en experiencias excepcionales.

- **Turismo de Reuniones:**

Como resultado del trabajo conjunto entre ProColombia y los operadores, recintos tradicionales y no tradicionales, asociaciones, federaciones y entidades de promoción local en la identificación, seguimiento, acompañamiento y gestión de oportunidades se logró para Colombia la captación de 619 eventos (68 congresos, 166 convenciones, 152 viajes de incentivo, 6 eventos deportivos y 227 eventos entre bodas destino y tipo SMERF), a realizarse en los departamentos de Antioquia, Atlántico, Bolívar, Caldas, Cesar, Cundinamarca, La Guajira, Magdalena, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, San Andrés y Providencia, Santander y Valle del Cauca, con una participación estimada de más de 154.500 personas.

Uno de los eventos internacionales captados para el país fue el Congreso Panamericano de Reumatología, un evento de alcance continental que se llevó a cabo del 10 al 13 de abril de 2024 en la ciudad de Barranquilla. El proceso para captar el evento duró aproximadamente 8 años, gestionándolo de manera conjunta con ProBarranquilla. La capital del departamento del Atlántico compitió con destinos de gran renombre, como Buenos Aires.

En alianza con el Convention Bureau de Santa Marta, se captó la Primera Cumbre Latinoamericana y del Caribe de Turismo Sostenible (GSTC), una reunión sobre turismo sostenible, que busca promover la sostenibilidad y la regeneración en la industria y establecer un plan de trabajo para fortalecer las prácticas de desarrollo sostenible en la región. Ésta tuvo lugar del 27 al 29 de mayo de 2024.

El Global Stroke Alliance V Latin American Ministerial Meeting Regional Conference 2024 & XXVI Congreso Iberoamericano de Enfermedad Cerebro Vascular, fue trabajado conjuntamente con Invest in Bogotá y se llevó a cabo el 20 al 22 de noviembre de 2024 en la ciudad de Bogotá; donde concurrieron profesionales de toda la región que trabajaron en estrategias para reducir los índices crecientes de ataques cerebrovasculares (ACV).

Por otra parte, se destaca la Reunión Anual de directores de Seguros Qualitas 2024, una convención de 400 personas que tuvo lugar entre el 13 y 17 de noviembre en la ciudad de Bogotá. Es la primera reunión de directores de Seguros Qualitas que tiene sede en Colombia. La aseguradora mexicana líder en el mercado automotriz de dicho país cuenta con más de 20.000 agentes y más de 5 millones de autos asegurados.

Conectividad área y marítima para los territorios

En 2024, se logró el fortalecimiento de la conectividad área con veintiséis nuevas rutas entre las cuales está la llegada de Emirates que conecta por primera vez con Emiratos Árabes Unidos, con su ruta Dubái-Miami-Bogotá.

Entre las aerolíneas que han apostado por el país se encuentran Avianca, Emirates, GOL, JetBlue, JetSMART, LATAM, United y World2Fly. Estas rutas se extienden desde 13 países, incluyendo Estados Unidos, España y Emiratos Árabes Unidos, hacia ciudades como Bogotá, Medellín y Pereira. Además, a diciembre de 2024 y de acuerdo con cifras de OAG - Official Airline Guide, se tiene una capacidad medida en sillas anuales internacionales (13.399.922) y frecuencias anuales internacionales de (71.738) superiores en 13% y 10,8% respectivamente, frente al año anterior.

Con el fin de continuar promoviendo la conectividad, Colombia estuvo presente en las ferias especializadas de la industria, siendo sede de Routes Americas 2024, del 19 al 21 de marzo, en Bogotá, Colombia y en Routes World 2024, del 6 al 8 de octubre en Bahrain, donde desde ProColombia se tuvo participación en un panel de la feria.

Adicional, se participó en ALTA AGM & Airline Leaders Forum del 28 al 30 de octubre, en Nassau, Bahamas y en CAPA Airline Leader Summit Latin Americas & Caribbean 2024, del 22 al 23 de agosto en Puerto España, Trinidad y Tobago. Estas ferias reúnen a los tomadores de decisiones de las aerolíneas internacionales y de los aeropuertos, por lo que son espacios que permiten llegar a evaluar de primera mano la posibilidad de incrementar la conectividad internacional de Colombia, gracias a la participación de ProColombia con los aeropuertos internacionales del país.

Por otra parte, **con el objetivo de promover el desarrollo del turismo de cruceros y teniendo en cuenta la estrategia de diversificar los destinos**, gracias a la colaboración entre el sector público y privado, el 2024 comenzó con importantes noticias para esta industria en el país: el 11 de enero de 2024, arribó por primera vez un crucero en el Cabo de la Vela, marcando un hito en la región y abriendo así nuevas oportunidades para recibir más barcos en distintos destinos de Colombia. Durante lo corrido del año, esta región recibió 3 cruceros de las líneas Emerald Cruises, Noble Caledonia y Hurtigruten. Con esta apertura, ya son 11 los destinos habilitados para esta actividad.

Colombia ha mantenido activa su participación en la industria para mantener su posicionamiento. A diciembre de 2024, se recibieron 38 líneas de cruceros, con un total de 207 recaladas.

De igual manera, se realizaron 3 viajes de familiarización con ejecutivos clave de líneas de cruceros como Holland America Line & Seabourn, Silversea, y Virgin Voyages, con el objetivo de aumentar y mantener la visibilidad de Colombia a nivel internacional y generar oportunidades comerciales para empresarios, destinos y comunidades. Estos viajes incluyeron visitas a Cartagena, Santa Marta, y San Andrés y Providencia. Se destaca que el correspondiente a la línea Silversea, se enmarca en una estrategia para

diversificar la promoción turística, enfocándose en atraer más cruceros expedicionarios a distintos destinos del país.

Gracias a estos viajes de familiarización, y con el apoyo de aliados como el Puerto de Cartagena y la Corporación de Turismo, se llevó a cabo un Workshop de Cruceros con el fin de satisfacer la demanda de los visitantes y líneas de cruceros, ampliando la oferta del destino y desarrollando productos turísticos más sostenibles.

Además, la participación en eventos especializados a nivel mundial fue clave durante el año. Se asistió a Seatrade Cruise Global 2024, Florida Cruise Association Conference y, por primera vez, a Cruise 360, donde se promocionaron las regiones del Gran Caribe y el Pacífico Colombiano. ProColombia tuvo una destacada participación institucional en el Trunk Show de Royal Caribbean 2024 y en Seatrade Cruise Med, una edición itinerante en Europa que alterna entre Hamburgo y destinos mediterráneos. Europa alberga grandes compañías de cruceros tradicionales y de expedición, con interés en Colombia y la región.

Entre los logros alcanzados durante el año, se destaca que, tras el éxito de la temporada 2023-2024 del Rhapsody of the Seas, Cartagena fue anunciada como puerto de salida para la temporada 2025-2026 con el Serenade of the Seas de Royal Caribbean. Esto reafirma el compromiso de la línea y la posición estratégica del país como referente para la industria de cruceros.

Por esta razón, en la ciudad de Quito se llevó a cabo la promoción de cruceros de Royal Caribbean en colaboración con Avianca, fomentando el embarque de pasajeros ecuatorianos desde Cartagena. Al evento asistieron 60 invitados, entre agentes de viajes y mayoristas de turismo. Durante la jornada se presentó la oferta de cruceros y los imperdibles turísticos de Cartagena de Indias, con la presencia de la Embajadora de Colombia en Ecuador y medios de comunicación especializados en turismo.

Por último, en el marco de las acciones clave realizadas con AmaWaterways, ProColombia desempeñó un rol fundamental en la promoción del turismo fluvial en Colombia, proporcionando información estratégica, coordinando esfuerzos interinstitucionales y brindando apoyo a diversas entidades para garantizar el éxito del proyecto. A través de colaboraciones con el Ministerio de Defensa, el Ministerio de Transporte, el Viceministerio de Turismo y autoridades locales, se gestionaron los permisos, se diseñó un Plan de Seguridad Nacional y se aseguraron las condiciones necesarias para el desarrollo de los itinerarios turísticos en el Río Magdalena. Además, se llevó a cabo un scouting para evaluar la infraestructura, los servicios turísticos y las necesidades de sostenibilidad de los destinos, liderando la ejecución de un programa de formación exportadora que capacitó a las comunidades locales en la prestación de servicios turísticos de calidad.

Ruta Exportadora de Turismo - Formación y Preparación para la Oferta Exportable Turística

A través de la Ruta Exportadora de Turismo, las personas naturales y empresarios encuentran un camino en el que se pueden capacitar, recibir asesoría y comenzar con su primer acercamiento comercial con el mercado internacional (<https://ruta-exportadora.colombia.travel/>). A continuación, la descripción y resultados más destacables:

- **Programa de Formación Exportadora Turismo:**

A través de sus charlas y conferencias presenciales, virtuales o híbridas, 17.377 participantes de 336 municipios de los 32 departamentos del país tuvieron la oportunidad de fortalecer los conocimientos en la industria turística para desarrollar planes o proyectos encaminados a la internacionalización. Se resaltan algunas iniciativas como:

- **Programa "Tú, Mujer":** nace con el objetivo principal de impulsar el desarrollo de emprendimientos y proyectos liderados por mujeres y así prepararlas, adecuarlas e internacionalizar sus servicios turísticos. Se destaca:
 - El programa ha permitido a actores del sector turístico en Chocó, en especial a mujeres afrocolombianas gestoras de 65 posadas turísticas, fortalecer sus conocimientos y competencias en el efectivo aprovechamiento de las oportunidades económicas del sector, finanzas e innovación.
 - Se han llevado a cabo programas de formación en Quindío, con la participación de más de 60 asistentes. En la segunda fase en Tumaco, se han alcanzado cerca de 100 participantes.
 - Se realizó una sesión de networking con 10 empresarias de Perú, Ecuador y Brasil, interesadas en conocer la oferta turística dirigida a mujeres.
 - Se llevó a cabo un viaje de familiarización en el que 6 empresarias de Perú, Ecuador y Brasil exploraron la oferta turística orientada al bienestar y la cultura para mujeres, en las regiones de los Andes Orientales Colombianos (Bogotá y Cundinamarca) y los Andes Occidentales Colombianos (Quindío).
- **Navegabilidad Rio Magdalena:** como parte del retorno de la navegabilidad turística por el río se desarrolló un programa de formación diseñado para nueve destinos clave: Santa Bárbara de Pinto, Palenque, Magangué, El Banco, Nueva Venecia, Tenerife, Mompox, La Mojana y Calamar, para capacitar a comunidades vulnerables, como campesinos, indígenas, afrodescendientes y personas reinsertadas, en actividades turísticas. Este enfoque inclusivo busca elevar los estándares de calidad en servicios turísticos, fomentar oportunidades laborales y empoderar a estas comunidades. Durante los meses de octubre y noviembre, 11 expertos abordaron más de 40 temáticas, como diseño de experiencias, servicio al cliente y liderazgo, con el objetivo de fortalecer la competitividad de estos destinos en el mercado internacional.

- **Capacitaciones en temas de sostenibilidad:** se cuentan con programas de formación especializados para la industria de vacaciones, de reuniones y de hotelería, los cuales se realizan de forma presencial, híbrida y virtual.

- **Programa de Preparación y Adecuación:**

Se realizaron más de 200 asesorías personalizadas en diseño de paquete turístico, imagen corporativa, especialización de producto, investigación de mercados y técnicas de negociación a más de 140 empresas de 65 municipios de 27 departamentos. Se resalta la presencia de empresas de municipios como: María La Baja (Bolívar), Florencia (Caquetá), Bojayá (Chocó), Inírida (Guainía) y Cumaribo (Vichada), entre otros. Dichas asesorías se convierten en un plan de trabajo orientado al cierre de brechas, para lograr el fortalecimiento de la oferta turística del país en torno al mercado internacional. Este procedimiento se realiza post validación presencial con la empresa y se cubren ciertas temáticas específicas para que las empresas puedan ser más competitivas, ya sea para que los empresarios locales puedan realizar encadenamientos o adecuen su oferta para el B2B.

- **Ruedas de Encadenamiento:**

Mediante estas ruedas se busca que los empresarios puedan lograr encadenamientos con otros operadores multidestino y/o DMC nacionales (Destination Management Company):

- Rueda Encadenamiento CTM - Colombia Travel Mart 2024, realizada de manera presencial el 28 de febrero, en la ciudad de Bogotá. Esta actividad tuvo como objetivo fortalecer la industria turística nacional, facilitando la participación de proveedores no solo turísticos, sino de bienes y servicios, y fomentar la creación de experiencias innovadoras. Se coordinaron 590 citas entre 148 proveedores de 24 departamentos y 63 compradores que manifestaron posibilidades de negocios por COP\$3.241 millones.
- Rueda encadenamiento CNTM - Colombia Nature Travel Mart 2024, realizada de manera presencial el 6 de septiembre en Mocoa, Putumayo, como preámbulo al Colombia Nature Travel Mart 2024 (realizada del 26 y 27 de septiembre), tiene como objetivo facilitar encuentros efectivos entre empresas nacionales, además de facilitar la exposición internacional de los empresarios en territorio por medio de las alianzas que llegan a establecer durante los encuentros programados. Se coordinaron 520 citas entre 93 proveedores de 23 departamentos y 45 compradores que manifestaron posibilidades de negocios por COP\$4.565 millones.

- **Fábricas de Internacionalización de Turismo:**

Con sus diferentes líneas de servicios: Excelencia Exportadora, Mentor empresarial, Consorcios y Proyectos sostenibles; al cierre del año, 29 empresas⁸ de las 31 aceptadas inicialmente finalizaron satisfactoriamente sus planes de trabajo con los cuales se busca que puedan potenciar sus servicios y sean más competitivas en los mercados internacionales. Asimismo, se ha brindado apoyo a comunidades y grupos específicos, permitiendo oportunidades que impulsan sus capacidades. Por ejemplo, se destaca:

- Desde la línea de proyectos sostenibles, se llevó a cabo el proyecto "Tejiendo Sueños" en colaboración con la empresa Vive Huellas. Este proyecto se centra en el empoderamiento de las mujeres indígenas Wayuu mediante el desarrollo y promoción de sus habilidades artesanales tradicionales, buscando aprovechar ese saber para generar ingresos sostenibles y fortalecer su autosuficiencia económica. Además, ProColombia pretende preservar y promover la rica herencia cultural de estas comunidades a través de la producción y venta de artesanías. El proyecto fortalece la economía desde la cosmovisión del pueblo Wayuu, con los siguientes objetivos específicos:
 - Capacitar a las mujeres indígenas en técnicas de artesanía tradicional, como tejido, bordado, cerámica y cestería, entre otros.
 - Establecer un centro de producción de artesanías donde las mujeres puedan trabajar de manera cooperativa, compartiendo conocimientos y recursos
 - Facilitar el acceso a mercados locales, nacionales e internacionales para que las mujeres puedan vender sus productos y generar ingresos.
 - Promover la preservación de las tradiciones culturales indígenas mediante la creación y venta de artesanías auténticas.
- Desde la línea de servicio "Consortios de Exportación" se promovió la creación de alianzas estratégicas entre empresarios del sector turismo para facilitar su acceso a mercados internacionales. Los tres consorcios seleccionados para este propósito fueron: Cultura en Colores, Inmerge Colombia y SACREDD. Todos ellos están liderados por empresarios colombianos con amplia experiencia en productos de bienestar, naturaleza y cultura, quienes destacan los atractivos del país desde diversas perspectivas. El consorcio SACREDD, liderado por mujeres, ha logrado consolidar una marca y una oferta enfocadas en el turismo de bienestar, buscando revitalizar cuerpo, mente y alma a través de experiencias que integran culturas ancestrales y paisajes exuberantes en Bogotá, Santa Marta, Riohacha y Cartagena.

- **Club de Producto e Innovación Turística:**

Tiene como objetivo desarrollar, para segmentos específicos, nuevos productos o aumentar el valor de los existentes buscando destacar la riqueza en biodiversidad, beneficiando a las comunidades, así como acorde con las tendencias y necesidades actuales de los mercados atendidos o para explorar nuevos con el fin de

⁸. Una empresa de las inicialmente aceptadas en el programa cancela el proceso y otra decide unirse a uno de los consorcios, por lo que su participación como empresa principal fue eliminada. Al finalizar el programa piloto, 29 empresas que finalizan su plan de trabajo (12 son de 3E, 5 de Proyectos Sostenibles, 9 de Mentor y 3 de Consortios).

generar oportunidades bienestar económico y social en las regiones. Lo anterior ayuda a crear una oferta renovada y mejorar los procesos de encadenamiento.

En 2024, se lanzó la convocatoria para la tercera edición del club, incorporando a 50 nuevos empresarios. Una vez completados los trámites contractuales con los líderes del club de producto, se prevé el inicio de esta edición.

Premios de Turismo de Colombia

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y ProColombia organizaron la sexta versión de los Premios de Turismo Colombia. Allí, personas, empresas e instituciones de 11 departamentos del país fueron reconocidas por su liderazgo y compromiso con la transformación de Colombia a través del turismo.

Con categorías enfocadas en la sostenibilidad, la innovación, la paz y desarrollo comunitario, así como relatos que capturan la belleza de Colombia, esta edición buscó identificar y premiar proyectos que destacan por su impacto positivo. Se recibieron postulaciones provenientes de 20 departamentos: Antioquia, Atlántico, Bolívar, Boyacá, Caldas, Casanare, Cauca, Córdoba, Cundinamarca, La Guajira, Magdalena, Meta, Nariño, Putumayo, Quindío, Santander, Sucre, Tolima, Valle del Cauca y Vichada.

De todas las categorías, la de “Experiencias de turismo sostenible: reconociendo el turismo con impacto positivo” fue la más popular, reflejando el creciente compromiso del sector con las tendencias globales hacia un turismo responsable.

Por primera vez, la participación en una misión de aprendizaje en Canadá hace parte de los beneficios que recibirán los ganadores. Esta iniciativa, organizada por ProColombia en alianza con el cooperante canadiense Catalyste+, busca fortalecer las capacidades de los empresarios colombianos en buenas prácticas en turismo.

Adicionalmente, los ganadores recibirán visibilidad a través de los portales digitales y herramientas de ProColombia, incluyendo el sitio oficial de los Premios de Turismo Colombia y un catálogo bilingüe que será distribuido por las oficinas comerciales de la entidad en el mundo, con el propósito de generar oportunidades de negocio para estos empresarios.

Se destacaron las premiaciones en las siguientes categorías:

- **Sumando a la paz: proyectos que aportan desde el turismo a la cultura de paz:**

Ganador: The Colombian Project, con su iniciativa “Una economía regenerativa a través del turismo comunitario en la selva Matavén”. Este proyecto ha creado un modelo que combina el turismo con la conservación cultural y natural, empoderando a las comunidades Piaroa para gestionar sus recursos y fortalecer su organización, mientras generan alternativas económicas sostenibles que rechazan economías ilegales y fomentan la paz.

- **Experiencias de turismo sostenible: reconociendo el turismo con impacto positivo**

Ganador: Hotel Mocawa Resort, que sobresale por integrar, en todo el complejo hotelero, distintas prácticas sostenibles ligadas a diferentes dimensiones de ese modelo de gestión. Entre ellas, figuran la implementación de paneles solares y sistemas de reciclaje de aguas, además de un trabajo continuo con artesanos locales para promover el desarrollo comunitario.

- **Innovación en el turismo: de lo extraordinario a lo excepcional**

Ganador: Agencia DMC especializada en viajes privados Galavanta, con su proyecto “Expediciones científicas”. Esta iniciativa está contribuyendo con el posicionamiento de Colombia como un destino de turismo internacional con una oferta única e inolvidable, al ofrecer experiencias personalizadas que combinan aprendizaje, impacto positivo y acceso exclusivo a parajes no tradicionales del país. Con un enfoque en la sostenibilidad y la conservación, estas expediciones no solo benefician a los viajeros, sino que también impulsan proyectos de investigación, conservación de ecosistemas y desarrollo comunitario, marcando un hito en la innovación turística.

- **El mundo habla de Colombia: mejor relato periodístico que destaca la belleza de Colombia.**

Ganador: Periódico del Meta, con su minidocumental “Nacerás en el Meta”. Esta pieza audiovisual, grabada completamente con celular, presenta historias de resiliencia y autenticidad narradas por los propios habitantes del Meta, mostrando la riqueza cultural, natural y humana del departamento a través de sus protagonistas.

Actividades adicionales para destacar:

- En el foro "El turismo sostenible se vive en Costa Rica", ProColombia destacó los avances de Colombia en esta materia.
- ProColombia participó en el Women Economic Forum, enfocándose en la sostenibilidad.
- ProColombia estuvo presente en el Congreso Iberoamericano de Turismo Sostenible, Inclusivo y Justo en México, donde realizó una presentación de destino, y en la Cumbre de Sostenibilidad en Ecuador, organizada por la revista EKOS, con un stand promocional.
- Se asistió a la Agenda Académica de la Cumbre Latinoamericana y del Caribe de Turismo Sostenible organizada por el Consejo Mundial de Turismo Sostenible (GSTC), el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Programa Destino Naturaleza de USAID. Allí, se abordaron temas como turismo regenerativo, tendencias en sostenibilidad, casos de éxito y gobernanza territorial.
- Capacitación para apoyar la construcción de una estrategia de sostenibilidad turística a la Secretaría de Turismo de Cartagena.
- Consultoría Programa SEN Colombia + Competitiva en colaboración de la Universidad de Lucerna de Suiza, enfocada en fortalecer las capacidades institucionales y empresariales. El objetivo es

desarrollar servicios y herramientas que promuevan prácticas sostenibles en el turismo y la industria de reuniones.

- En municipios con vocación y potencial turístico como Quibdó, Tadó, Nuquí, Bahía Solano y Tutunendo, ProColombia ha llevado a cabo un diagnóstico integral. Este proceso incluyó talleres participativos, entrevistas con actores locales y visitas a destinos destacados, en colaboración con Catalyste+ y la Cámara de Comercio de Chocó. El objetivo fue diseñar una ruta de promoción internacional basada en la festividad de San Pacho, declarada Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO, para dinamizar los destinos turísticos del departamento. Hasta la fecha, se ha logrado la interacción con 318 actores del ecosistema empresarial e institucional de la región.

Reconocimientos al país

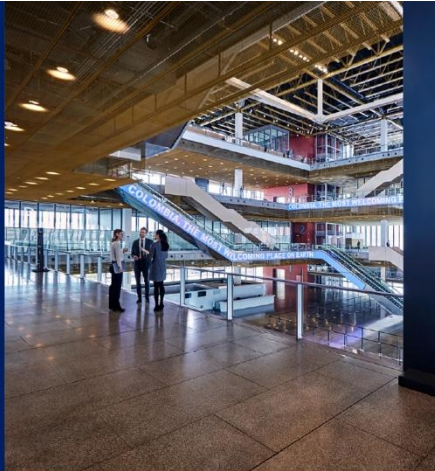
Durante 2024 se recibieron los siguientes reconocimientos al país:

- En los World Travel Awards 2024, San Andrés fue elegido como el "Mejor Destino de Playa", convirtiéndose en el destino de playa preferido en Suramérica.
- En los Travellers' Choice de Tripadvisor, Bogotá fue reconocida como el "Mejor Destino en Suramérica".
- En los Travellers' Choice de Tripadvisor, San Andrés estuvo entre el "Top 10 Mejores Playas de Suramérica", destacándose por sus costas paradisíacas y su atractiva oferta de actividades.
- El medio International Traveller incluyó al río Magdalena en su publicación "Explore The Magical Magdalena", destacándolo como uno de los destinos más fascinantes de Colombia.
- En su publicación "MICE Trophy Kolumbien", el medio Convention International reconoció a Colombia por su excelencia en el turismo de reuniones, consolidándose como un referente en la región.
- En la feria WTM LATAM 2024, Colombia fue reconocida como "Destino Afro", destacando su rica herencia afrodescendiente, que sigue siendo un atractivo único para los viajeros interesados en la diversidad cultural del país.
- En su publicación "Mejores Destinos Gastronómicos del Mundo", Viajes National Geographic 2024 incluyó a Colombia entre los mejores destinos gastronómicos globales, gracias a su vibrante oferta culinaria.
- Colombia alcanzó el primer lugar en el Global Big Day 2024, destacándose como el país con la mayor diversidad de aves del mundo, con más de 1.500 especies registradas.

- El río Magdalena fue destacado por Condé Nast Traveller en su publicación "El Río Magdalena, Uno de los Mejores Destinos para Visitar en 2024".

Alineación de la estrategia de turismo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible

	Generación de ingresos mediante la llegada de turistas de alto gasto comprometidos con la economía local.		Al reducir la huella de carbono que se genera por la actividad turística, se preservarán los ecosistemas que brindan beneficio al sector.
	Compromiso de proveedores de alimentos de hoteles y cruceros con prácticas de agricultura sostenible.		Promoción de experiencias turísticas alrededor de la conservación de los ecosistemas marinos.
	El turismo se proyecta como una de las actividades económicas más importantes para el crecimiento y desarrollo del país.		Promoción de iniciativas para la preservación y regeneración de los ecosistemas terrestres.
	Impulso del desarrollo e inversión en proyectos de infraestructura turística sostenible. Centros respetuosos del ambiente, la cultura y las tradiciones.		Aprovechamiento de recursos de cooperación y articulación con otras entidades.



Nuestros **Aliados**

Nuestros aliados

Iniciativas de Integración con otros países

Se cuenta con alianzas con distintas organizaciones internacionales, dentro de las que se destacan:

- **Comunidad Andina (CAN):**

ProColombia, en 2024, como representante de Colombia dentro el Comité Andino de Autoridades de Promoción de Exportaciones (CAAPE) colaboró en conjunto con ProEcuador y Promperú en el desarrollo del XII Encuentro Empresarial Andino, realizado el 16 y 17 de julio, bajo el liderazgo del Ministerio de Relaciones Exteriores de Bolivia. Dentro de los resultados se destacan los siguientes:

- Con el objetivo de promover la integración regional de los sectores no minero-energéticos de mayor comercialización intra regional, se enfocó en las cadenas de agroalimentos, metalmecánica y otras industrias, y químicos y ciencias de la vida.
- Participaron 37 compradores de la Comunidad Andina y de terceros países invitados (Chile, España y Panamá) y de 70 exportadores de la CAN (13 de Colombia).
- Las expectativas de negocio crecieron un 30% en relación con las registradas en la edición del Encuentro de 2023, alcanzando un valor de US\$11.5 millones en expectativas (13% de las cuales fueron expectativas de exportadores colombianos, es decir US\$1.5 millones).
- De las 13 empresas colombianas que participaron, todas eran empresas MiPymes, 9 de ellas del sector químico, 3 de agroalimentos y 1 de metalmecánica. 6 de estas empresas están ubicadas en Cundinamarca, 2 en el departamento del Chocó, 1 de Antioquia, 1 de Atlántico, 1 de Cauca, 1 de Nariño y 1 del Valle del Cauca.

- **Alianza del Pacífico (AP):**

ProColombia como representante de Colombia dentro el Grupo Técnico de Agencias de Promoción de la Alianza del Pacífico, colaboró en la gestión de 4 actividades de promoción comercial bajo el liderazgo de la Presidencia Pro Tempore de ProChile, las cuales se presentan a continuación:

- Día de la Alianza del Pacífico: realizada el 25 de abril en Santiago de Chile con la celebración del décimo tercer aniversario de la Alianza del Pacífico que incluyó un conversatorio público-privado en el Centro Cultural Gabriela Mistral (GAM), con casos de éxito empresariales de los países miembros y una exposición de 3 días con la oferta exportable de los subsectores de artesanías y

alimentos de 32 empresas de la Alianza (5 empresas colombianas). La actividad destacó los avances y beneficios de la Alianza conectando con diversos sectores y mercados.

- XI Macrorrueda de Negocios de la Alianza del Pacífico: realizada entre el 1 al 4 de julio en Santiago de Chile, como una actividad de promoción comercial icono de la Alianza del Pacífico que tuvo el objetivo de fortalecer los vínculos comerciales entre Chile, Colombia, México y Perú, así como con mercados de Europa, Asia y Norteamérica. Esta actividad presencial incluyó un conversatorio sobre sostenibilidad con casos de éxito de los países miembros, 3 talleres especializados y una rueda de negocios que contó con la participación de 105 exportadores (7 de ellos colombianos) y 52 compradores de los países de la alianza y terceros mercados.
 - Programa de Fortalecimiento de Capacidades para la Industria de Reuniones: realizada de manera virtual en junio, con el objetivo de potencializar y posicionar los países de la Alianza del Pacífico como destinos de congresos y viajes de incentivos a través de 4 capacitaciones. Participaron 7 empresarios receptivos de Colombia.
 - XI Foro de Emprendimiento e Innovación LAB4+ de la Alianza del Pacífico: realizada entre el 20 al 23 de noviembre de manera virtual, este foro realizado en conjunto con el EtM Day (la mayor actividad de fomento al emprendimiento e innovación en Chile). En 2024, el evento amplió su alcance al incluir mercados europeos, además de América del Norte, con un enfoque especial en tecnologías creativas y de la información. El Foro incluyó una agenda académica que ofreció capacitaciones virtuales y conferencias lideradas por expertos internacionales. Además, se llevó a cabo una rueda de negocios y un pitch comercial con la participación de 26 empresas colombianas y 25 compradores internacionales.
- **Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI):**

ProColombia funge como punto focal de promoción del comercio ante la ALADI. A continuación, se destacan los siguientes resultados siendo parte de las actividades de promoción comercial lideradas por este organismo:

- Segunda rueda virtual de la Industria Cosmética, Aseo Personal y Cuidado del Hogar de la ALADI (25 al 27 de junio, virtual): para esta edición ProColombia gestionó la convocatoria de empresarios colombianos con el propósito de impulsar el posicionamiento de esta industria en el mercado latinoamericano. Dicha gestión permitió alcanzar una participación de más de 30 exportadores colombianos.
- XI Expo ALADI 2024: realizado entre el 1 al 3 de octubre de manera virtual. Esta Macrorrueda de negocios multisectorial fue orientada a incrementar y fortalecer el comercio entre los 13 países miembros de ALADI: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela.

- **Foro Económico Mundial (WEF):**

El plan de trabajo de ProColombia con el Foro Económico Mundial (WEF por sus siglas en inglés) se formalizó a través de la membresía que se tiene bajo la categoría de Associate Partnership la cual, se renovó desde noviembre de 2023 al primero de noviembre de 2024 y que, tras aprobación de la Junta Asesora en el último trimestre de 2024, se aprobó la renovación para el 2025.

Durante 2024, se trabajó en la construcción y puesta en marcha del plan de trabajo WEF – ProColombia, que constó de 6 acciones priorizadas con el apoyo del Foro. A continuación, los principales avances:

- Vinculación del WEF en las actividades de ProColombia: participación de la Directora de Política de Datos del Centro para la Cuarta Revolución Industrial del WEF, Karla Yee Amezaga, en una conferencia enfocada en inteligencia artificial en la Macrorrueda Internacional 2024 en México el 11 y 12 de noviembre.
- Capitalización de la plataforma de Inteligencia Estratégica: se trazó un plan de trabajo que consistió en recolectar y almacenar información más relevante para la misionalidad de ProColombia en un repositorio, y crear un manual de usuario para capacitar a los funcionarios y promover su uso como fuente de consulta interna.
- Participación en los diferentes eventos del 2024: adicional a la Reunión Anual del Foro Económico Mundial en Davos 2024, ProColombia China participó en la Reunión Anual de Nuevos Campeones en Dalian.
- Participación proactiva en centros/proyectos e iniciativas: ProColombia participó en tres proyectos de alianzas públicos – privadas enfocados en inversión: i) Movilización de inversiones para energías limpias en Colombia; ii) La Coalición de Inversión Extranjera Directa (IED) para proyectos climáticos y iii) la cena de alto nivel en el marco de la COP 16 llamada “Investing for Harmony between Nature and People”.

Cooperación internacional y nacional

Gracias a la gestión con diferentes aliados e iniciativas de cooperación, en 2024, fueron apalancados \$COP13.716 millones (68% a recursos en efectivo y 32% en recursos en especie) los cuales permitieron la ejecución de actividades misionales e institucionales.

Así mismo, se presentaron y gestionaron 71 proyectos, actividades e iniciativas de cooperación nacional e internacional, de los cuales 19 fueron a través de cooperantes internacionales, 45 a través de cooperantes nacionales y 7 a través de actores públicos y privados nacionales e internacionales para proyectos de comercialización.

Cooperación Internacional

ProColombia gestionó y apalancó recursos mediante proyectos de cooperación internacional por un valor de COP\$3.824 millones, lo que representó el 28% del total de los recursos apalancados en 2024, mediante acciones e iniciativas con aliados de diversos países, entre los que se incluyen Suiza, Alemania, España, Reino Unido, China, Japón y Canadá, entre otros.

A continuación, se presentan algunos de los proyectos y programas implementados con cooperación internacional más destacados:

- Cowater International a través del Expert Deployment Mechanism for Trade & Development (EDM) de la cooperación canadiense: con el objetivo de contribuir a la reducción de la pobreza, la igualdad de género y la inclusión social, a través de un mayor comercio e inversión con Canadá, se llevaron a cabo proyectos de asistencia técnica, los cuales se describen a continuación:
 - Proyecto Agroalimentos: desarrollado junto a la consultora GloballyCool, se enfocó en fortalecer el sector agroindustrial y apoyar empresas de alto impacto social. Entre sus logros destacan: formación sobre requisitos de exportación a Canadá en varias ciudades (Manizales, Santa Marta, Neiva e Ibagué), capacitación para asesores regionales de ProColombia y aliados estratégicos, y asesorías individuales a empresas agroindustriales para facilitar su ingreso al mercado canadiense mediante reuniones con compradores.
 - Proyecto Turismo Comunitario: desarrollado junto a la consultora Crea, se llevó a un diagnóstico e implementación de planes de acción dirigidos a asociaciones colombianas enfocados en mejorar la calidad de los productos, fortalecer los negocios, crear empleo, preservar el patrimonio cultural y natural, y aumentar el bienestar comunitario.
 - Proyecto Turismo Inclusivo: desarrollado con RMD & Associates, se centró en los segmentos de turismo LGBTIQ+ y mujeres viajando solas, realizando la caracterización de la oferta de turismo inclusivo y la evaluación de la demanda canadiense para estos segmentos.
- Swiss Import Promotion Programme (SIPPO): es el programa suizo de promoción de importaciones, que tiene como fin el fortalecimiento institucional a través de la transferencia de capacidades a organizaciones de promoción que tengan impacto en empresas de los sectores de interés y que apunten al crecimiento de sus exportaciones. Como parte del plan de trabajo para los sectores de alimentos frescos y procesados, ingredientes naturales y turismo sostenible, se llevaron a cabo 11 iniciativas de asistencia técnica a ProColombia en temas como Pacto Verde Europeo, oportunidades de exportación a Europa, canales de comercialización de turismo B2C, certificaciones y

requerimientos para exportar, así como la identificación de potenciales compradores internacionales.

- Import Promotion Desk de Alemania (IPD): es una iniciativa de cooperación alemana que brinda asistencia técnica a exportadores colombianos para que ingresen al mercado europeo con foco principal en los sectores de Productos frescos, Flores cortadas e Ingredientes naturales en Colombia. A través de esta, se logró la participación de empresas colombianas en 14 iniciativas como: ferias internacionales, rueda de negocios y misiones de asistencia técnica para identificación de empresas con potencial exportador en diferentes regiones del país.
- CATALYSTE +: como parte del programa de asistencia técnica del gobierno canadiense se desarrollaron 3 misiones, de las cuales 2 son de turismo comunitario en Chocó y 1 con el clúster lácteo en Valledupar en materia de innovación de productos para el mercado internacional.
- Café tostado en origen: el proyecto de cooperación suiza, a través del Programa Colombia + Competitiva, buscó diseñar una estrategia de exportación de cafés tostados en origen a corto, mediano y largo plazo. Su objetivo fue optimizar los recursos de promoción de ProColombia y facilitar la inserción de productores y empresas en mercados internacionales, priorizando Chile y Estados Unidos. Como parte de la iniciativa y los logros de esta, se realizaron actividades como misiones comerciales, participación en ferias internacionales y degustaciones en varias ciudades clave.

Cooperación Nacional

ProColombia gestionó recursos por un valor de COP\$9.891 millones lo que representó el 72% del total de los recursos apalancados durante 2024. Esta cifra se alcanzó a través de actividades, acciones e iniciativas de cooperación con aliados de diversas regiones del país.

A continuación, se presentan algunos de los proyectos financiados por cooperación nacional:

- Convenio MINTIC 2024: Convenio Interadministrativo de Cooperación que tuvo como objeto aunar esfuerzos para apoyar los procesos de internacionalización de empresas de la industria digital, incluyendo herramientas para la atracción de inversión extranjera directa y promoción en mercados internacionales estratégicos.
- Convenio SENA – Expo Osaka 2025: se suscribió con el objetivo de apoyar la ejecución de la Exposición Universal ‘Expo Osaka 2025’ y consolidar una estrategia conjunta para la participación de Colombia en el evento.
- Convenios regionales: con el propósito de ampliar los servicios de ProColombia en las diferentes zonas de alcance de las Oficinas Regionales, se gestionó la suscripción de 21 Convenios Regionales

(16 con Cámara de Comercio, 3 con Universidades, 1 con Probarrancabermeja y 1 con la Sociedad Portuaria de Santa Marta). Estos convenios, en general, tienen el objetivo de ampliar la cobertura de atención de ProColombia a través de atención e información a usuarios, identificar empresas con potencial exportador, coordinar la logística de capacitaciones, identificar y apoyar a empresas en la participación de eventos de promoción comercial y de turismo internacional, entre otros.

- Convenio de Patrocinio – COMPENSAR: se gestionó la vinculación de la Caja de Compensación Familiar COMPENSAR como patrocinador de FuturExpo 2024, programa que busca dar a conocer el proceso de exportación a las empresas interesadas en diferentes regiones del país. La versión del FuturExpo Bogotá 2024 se llevó a cabo el 12 de junio a través de una agenda robusta de expertos y entidades aliadas que presentaron su oferta relacionada con el incremento de la productividad de las empresas.
- Conversatorio COP 16 – PricewaterhouseCoopers (PwC): en el marco de la COP 16, ProColombia en conjunto con PwC, llevó a cabo un conversatorio denominado: “Integrating nature into financial decision making to drive nature positive finance” en el Pabellón Azul. El evento contó con la participación del director ejecutivo para Negocios Positivos de Naturaleza de PwC, la Vicepresidenta de Responsabilidad Regional para LATAM de BNP Paribas y el Director de Estrategia de Clima y Naturaleza de PwC del Reino Unido.





Herramientas de información **de valor agregado**

Herramientas de información de valor agregado

La Inteligencia Comercial que potencia la toma de decisiones

ProColombia desde el área de inteligencia comercial apoya con información y herramientas el proceso de internacionalización de los empresarios, la identificación de oportunidades para la atracción de inversión extranjera sostenible en el país, y para el turismo en las regiones de Colombia para la toma de decisiones informadas.

En 2024 se continuó con la **generación y transferencia de conocimiento** en los tres ejes de negocio (exportaciones de bienes no minero energéticas y servicios, inversión extranjera directa y turismo internacional) y la organización, a través de análisis e información de valor agregado sectorial, de mercado, y especializado para los empresarios; también con el **acompañamiento metodológico** que facilita el entendimiento del entorno global, los mercados y los sectores para identificar oportunidades de negocio, tendencias de mercado y nichos con potencial. Y, la generación constante de **sinergias internas y externas** que acompañan el levantamiento de información primaria y de calidad, aprendizajes y buenas prácticas. De manera transversal, la inteligencia comercial se apalanca en la analítica de datos, la gestión de proyectos y la visualización y diseño de la información.

A continuación, se presentan algunos de los proyectos, iniciativas y resultados del año:

Generación y transferencia de conocimiento:

En 2024 se generó información general y especializada con el objetivo de respaldar la implementación de las estrategias en exportaciones, inversión y turismo.

- Paquete de información que acompañan la labor comercial de ProColombia: se desarrollaron documentos entre perfiles y presentaciones sectoriales, perfiles logísticos, cápsulas con la información de proyectos y cartillas para proveer un mayor entendimiento de las tendencias y de la demanda internacional. Dentro de la información desarrollada, se destaca: cartilla de selección de mercados para la exportación de servicios, cartilla de orgánicos, estudios de prospectiva en sectores de manufacturas (blindaje, industria naval, fajas y ropa de control) para la atracción de IED, entre otros.

Asimismo, se fortaleció la caja de herramientas de promoción de Colombia destacando las cinco razones clave que posicionan al país como un destino estratégico para la atracción de inversión, un proveedor competitivo de bienes y servicios en el mercado internacional, y un atractivo destino turístico.

- Análisis Económicos: se generaron análisis relevantes y precisos sobre la coyuntura nacional e internacional para satisfacer las necesidades de la organización y de los empresarios.
- Sostenibilidad en una visión integral de los tres ejes de negocio: se desarrolló y publicó en la página web de ProColombia el documento "Colombia: Origen Sostenible para el Desarrollo de Negocios" que contiene las 5 principales razones Por Qué Colombia Sostenible, abordadas desde las aristas económica, social y ambiental. Disponible [aquí](#).

Acompañamiento metodológico:

Se desarrollaron herramientas para el establecimiento de procesos estructurados para analizar mercados, sectores y oportunidades clave, garantizando que las decisiones estén basadas en información confiable y actualizada. Se destacan:

- Tablero de oportunidades: se llevó a cabo un proceso para la identificación y validación de oportunidades para los sectores con mayor potencial. Esto se tradujo en la herramienta "Tablero de oportunidades" que consolida información clave para facilitar la planificación estratégica y apoyar de manera efectiva la gestión comercial.
- Segmentación de inversión: se brindó acompañamiento metodológico en el proceso de identificación de nuevos inversionistas en sectores priorizados. Este trabajo permitió fortalecer la labor comercial de la organización al proporcionar listados de empresas alineados con la estrategia de atracción de inversión.
- Otros tableros y herramientas:
 - Perfiles Municipios de Colombia: herramienta que permite conocer si es territorio PDET, si tiene menos de 200.000 habitantes, población diferencial residente, actividades productivas, talento humano, tejido empresarial total y relacionado con exportaciones, inversión extranjera directa y turismo internacional
 - Tableros para el sector Servicios 4.0: graduados, ocupados, cifras IED, e impuestos país.
 - Base de empresas con algunas de las principales certificaciones en sostenibilidad para el sector de agroalimentos.
 - Tablero de Salarios: este tablero facilita la definición de rangos salariales adaptados a empresas de diferentes tamaños y sectores.

Sinergias internas y externas:

Se continuó con la consolidación de una red de aliados para generar sinergias con el fin de robustecer información a los empresarios:

- Programas de Alianzas Logísticas de Transporte: se beneficiaron empresas exportadoras permitiéndoles acceder a las tarifas preferenciales con aliados Courier generando ahorros estimados del 30% al 60% en sus envíos un promedio.
- Sinergias con Agencias de Promoción de Inversión Regional (APRIS): se desarrollaron tres comités para las APRIS donde se socializaron buenas prácticas desde la Inteligencia comercial. Asimismo, se tuvo planes de trabajo uno a uno con 3 agencias: Medellín, Invest Pacific, Invest in Armenia para el fortalecimiento conjunto de información regional y acompañamiento metodológico.
- Articulación con gremios, entidades de gobierno, empresarios y otros actores clave del sector comercio:
 - Alianza con ONU Turismo para el desarrollo de la Guía de inversión de turismo en Colombia.
 - Sinergia con Grupo Planeta (España) para automatizar búsqueda de eventos utilizando Inteligencia Artificial para el sector turismo.
 - Documentación de la metodología que tuvo la Tercera Encuesta de Estudios Clínicos que se realizó con AFIDRO y AVANZAR.
 - Trabajo conjunto con el Viceministerio de Turismo- MinCIT y FONTUR para el fortalecimiento de las cifras del sector.
 - Acompañamiento a la consultoría Colombia más sostenible con AL INVEST, para el cierre de brechas para exportar al mercado de la Unión Europea en el marco del pacto verde.
 - Articulación con Confecámaras y Oficina de Estudios Económicos del Ministerio de comercio, Industria y Turismo para mejorar la calidad de las estadísticas recibidas del RUES y estar articulados en el procesamiento.
 - Articulación con gremios y empresarios de los sectores de Videojuegos, Animación y Audiovisual para construcción de información sectorial.
 - Sinergia con Camacol-seccional Bogotá para la divulgación de las oportunidades de exportación y avances en el sector de materiales de construcción.
- Memorando de entendimiento con la Institución Superior en Logística - ICIL: se suscribió un acuerdo entre ProColombia e ICIL para la transferencia de conocimiento y el intercambio de información sectorial, especialmente en logística y transporte.

Herramientas digitales

ProColombia continúa ofreciendo un portafolio de servicios digitales y herramientas diseñadas de acuerdo con las necesidades de sus clientes. A continuación, se destacan las siguientes:

- Respecto a **Marca País Colombia** se ofrece un portafolio de servicios digitales para conectar con aliados estratégicos, colombianos y extranjeros. Al ingresar a www.colombia.co se cuenta con información online disponible para sus distintas audiencias y se promueve transversalmente los ejes de negocio de ProColombia. Algunas características para destacar de esta página son:
 - País de la Belleza: con el objetivo de dar a conocer la nueva narrativa de país “Colombia, el país de la belleza” y ser la página destino a donde se redirigieran campañas pagas relacionadas con ésta. Se puede acceder al enlace web haciendo clic [aquí](#).
 - Recolectando historias de café: Se diseñó, desarrolló e implementó una nueva línea gráfica para actualizar la imagen de Marca País Colombia y mostrar el contenido de café, de manera más impactante, mejorando el UI (User Experience) y UX (User Interface). Se puede acceder al enlace web haciendo clic [aquí](#).
 - Calendario de Eventos: tiene como objetivo mostrar los eventos que se realizarán en Colombia. Se trabajó en un rediseño teniendo en cuenta el UI y UX para optimizar el contenido y la experiencia que se brinda a los usuarios. Se puede acceder al calendario de eventos haciendo clic [aquí](#).
- Respecto a la **promoción de exportaciones** se dispone de los siguientes servicios/herramientas:
 - Colombia trade: contiene información y herramientas de interés diseñadas por ProColombia para exportadores con el fin que puedan llevar la oferta a nuevos mercados y para que los compradores encuentren lo mejor de la oferta colombiana de bienes y servicios. Como parte de Colombia trade, se encuentra Ruta Exportadora que sirve de guía para un diagnóstico para exportar, guía para exportar bienes y para exportar servicios, herramientas para calcular los costos logísticos que deben incluir para el cálculo del precio de exportación, directorio de distribución física internacional, programas de adecuación exportadora, entre otros. Se puede acceder al enlace web haciendo clic [aquí](#).
 - El Origen de Nuestro Origen: una experiencia virtual 360°, donde el comprador internacional tiene la posibilidad de conocer las fábricas, producción y puntos de venta de las empresas exportadoras. Para conocer más sobre esta experiencia virtual se puede acceder haciendo clic [aquí](#).
 - Colombian B2B TradeShow: espacio de exhibición virtual que brinda una plataforma ideal para que los productos y servicios de origen colombiano se puedan visualizar. Reúne la oferta exportable hacia compradores internacionales en busca de proveedores de alta calidad. La plataforma permite encontrar todas las oportunidades para empresarios nacionales que buscan compartir lo mejor de su oferta exportadora y para compradores internacionales que buscan acceso directo a proveedores colombianos con altos estándares de calidad con la opción de acordar citas de negocio uno a uno. Más información se encuentra haciendo clic [aquí](#).

- Portal de Formación Exportadora: esta plataforma es un conjunto de cursos de comercio exterior, sesiones virtuales para la internacionalización y talleres de apropiación donde el empresario se puede capacitar en diferentes temas relacionados al comercio exterior. Más información se encuentra haciendo clic [aquí](#).
- Información, herramientas y descuentos en logística: ProColombia ha desarrollado herramientas de auto consulta para apoyar el proceso de internacionalización de los empresarios colombianos, entre estas se destacan:
 - Simulador de Costos Logísticos: herramienta gratuita que permite costear el proceso de exportación desde su fábrica hasta el lugar o punto de entrega convenido, de acuerdo con el INCOTERMS® negociado con su comprador; la cual es de uso frecuente en las asesorías brindada por el equipo de Exportaciones.
 - Directorio Logístico: esta herramienta cuenta con más de 1.000 proveedores de servicios logísticos como agencias de carga internacional, operador logístico, agencias de aduanas, empaque y embalaje, empresas de transporte aéreo, marítimo y terrestre, almacenamiento, entre otros.
 - Tablero Rutas y Tarifas: esta herramienta de auto consulta está a disposición de todos los empresarios para identificar las rutas logísticas marítimas y aéreas para exportar.
 - Alianzas logísticas y sinergias: ProColombia tiene acuerdos con proveedores de transporte y/o couriers (mensajería Expresa) que les permite a los exportadores que trabajan con la organización tener un tratamiento tarifario preferencial en sus servicios.

Para más información sobre estos servicios, se dispone de la siguiente página web, haciendo clic [aquí](#).

- Respecto al apoyo a la **atracción de inversión extranjera directa** se cuenta con:
 - InvestinColombia: página web que busca promover a Colombia como destino de negocios e inversión, para la relocalización de operaciones de compañías multinacionales y como plataforma exportadora. Se desarrollo una nueva interfaz basada en un estudio de los sitios top 10 de inversión y otros adicionales que brindaron cuales son las mejores prácticas, herramientas, opciones y desarrollo de flujos para una mejora de la experiencia de usuario, facilitación para el acceso a la información, sectores estratégicos adecuados a los lineamientos de Gobierno. Se puede acceder haciendo clic [aquí](#).
 - Buscador de oportunidades: herramienta que unifica la oferta (portafolio) y demanda (clasificados) de los proyectos de inversión en Colombia para los inversionistas internacionales y los empresarios colombianos. Se puede acceder haciendo clic [aquí](#).

- Directorio de firmas legales: sistema que permite conocer firmas legales en Colombia lográndolas filtrar por distintas necesidades u opciones como son: capítulos legales, idiomas de trabajo, ciudades de ubicación, dimensión de la empresa y especialidades, con ello el inversionista encontrar la firma que pueda apoyarlo en su proceso. Se puede acceder haciendo clic [aquí](#).
- Respecto a la **promoción internacional para posicionar a Colombia como destino turístico** se cuenta con las siguientes herramientas:
 - Colombia.travel: es la plataforma integral que satisface las necesidades informativas de los visitantes que eligen Colombia como destino turístico, ya sea por producto específico o región de interés. La página ofrece herramientas especializadas tanto para empresarios, como para quienes buscan información sobre turismo de reuniones haciendo clic [aquí](#). Entre las características dedicadas a los usuarios, destacan Adserver, que utiliza banners publicitarios para promover productos digitales dentro del portal, y Passporter, una serie de widgets que exhiben puntos de interés, permitiendo a los usuarios elegir y armar sus itinerarios personalizados.
 - Portal empresarial de Turismo: es una plataforma digital enfocada en permitir que los usuarios descubran toda la información que ProColombia ha puesto al alcance de su mano, desde documentos y estudios sobre la actualidad de la industria, hasta estadísticas, perfiles de viajeros y tendencias que le permitirán tomar decisiones sobre su estrategia en mercados internacionales, así como los eventos próximos en los que ProColombia tendrá presencia. Más información disponible haciendo clic [aquí](#).

Comunicaciones

En 2024, se implementaron acciones estratégicas para fortalecer las relaciones con medios nacionales e internacionales, consolidando la presencia y visibilidad de ProColombia. A través de una comunicación dinámica y segmentada se impulsó el relacionamiento con los empresarios, optimizando la gestión comunicacional, alcanzando audiencias clave y ampliando el impacto de los mensajes.

En el ámbito nacional, la estrategia de comunicaciones generó una exposición en los medios de comunicación sin costo – free press – lo cual se encuentra valorado en COP \$81.743 millones, en medios nacionales y regionales, consolidando a ProColombia como un aliado estratégico para los empresarios y sus regiones, facilitando el acceso a nuevas oportunidades de negocio.

Adicionalmente, se lograron más de 40 columnas de opinión que destacaron la visión de la organización y la Presidente, Carmen Caballero, sobre temas estratégicos en comercio, industria y turismo.

Por su parte, la campaña “El Despertar de los Sentidos”, que incluyó experiencias inmersivas en destinos como Casanare, Chocó, Boyacá, Huila, Caldas y La Guajira, sensibilizó a periodistas nacionales e internacionales sobre el potencial turístico y de negocios de Colombia. A través de una combinación de gastronomía, historia, cultura, naturaleza y negocios, se reforzó la imagen positiva del país.

La participación en foros convocados por importantes medios de comunicación también marcó un hito en la gestión. Eventos como Multilatinas 2.0, y Empresas que construyen el futuro económico, organizados por el diario La República; el Foro Marca Región del periódico El Tiempo; y el evento Magdalena Crece 2024 de la Cámara de Comercio de Santa Marta fueron escenarios clave para discutir avances y retos en competitividad e internacionalización, y para destacar el papel de ProColombia como articulador de estos procesos.

La estrategia de comunicaciones también desempeñó un papel clave en el fortalecimiento de la comunicación empresarial, con el envío de newsletters y piezas informativas que impactaron a los empresarios de diferentes sectores como moda, metalmecánica, y químicos y ciencias de la vida. Estos boletines promovieron oportunidades de negocio internacionales, así como, exportaciones, atracción de inversión extranjera y el desarrollo de las industrias creativas. Asimismo, se crearon contenidos multimedia, incluyendo videos, vlogs y podcasts, que facilitaron una comunicación efectiva con los empresarios e impulsaron su posicionamiento en mercados internacionales. Adicionalmente, se lograron publicaciones que impactaron a gremios productivos, destacando la importancia del trabajo conjunto para potencializar el desarrollo económico del país.

El impacto conjunto de estas iniciativas y la gestión de otros temas en medios de comunicación se reflejó en un free press internacional de US\$1.020 millones, producto de una estrategia segmentada por mercados. También se implementaron alianzas interinstitucionales con entidades como el Instituto Distrital de Turismo, la Cámara de Comercio de Bogotá y aerolíneas como Gol, Arajet, Avianca y Emirates, entre otras, que hicieron posible la realización de press trips, mientras la implementación de herramientas como Travmedia permitió ampliar la difusión de noticias relacionadas con las seis regiones turísticas de Colombia, generando cobertura en medios de gran prestigio.

Por otra parte, cabe resaltar que, se ha innovado en la forma de creación de materiales audiovisuales, contando con un piloto certificado para volar drones. Eso ha permitido conectar a la audiencia e incluso fortalecer la narrativa visual de Colombia y su atractivo como destino turístico y de negocios en alianza con Fondo Nacional de Turismo – FONTUR.

Así, el enfoque integral y la gestión realizada en 2024 reafirman la importancia de la comunicación como herramienta clave para consolidar la imagen, no solo de ProColombia, sino del país como un destino atractivo para los negocios, la inversión extranjera directa y el turismo internacional.



Fortalecimiento **Institucional**

Fortalecimiento Institucional

Nuestro talento

Para ProColombia, el recurso humano es su principal activo, teniendo en cuenta que la organización le apunta al crecimiento económico y social del país mediante la entrega de diversos servicios a empresarios nacionales, extranjeros y al público en general. Tales servicios se sustentan en el conocimiento especializado de nuestros colaboradores que conforman un equipo de alto desempeño. En consecuencia, se han establecido procesos a través de la atracción de talento altamente calificado y diverso, así como para la retención, mediante la implementación de programas de formación, bienestar, compensación y beneficios, salud y seguridad en el trabajo, que impacten positivamente en el ambiente laboral y la calidad de vida del equipo interno.

El total de colaboradores es 436. A continuación, se presenta la distribución por género:

Tabla 4. Distribución por género de los colaboradores

Género	No. colaboradores	Porcentaje
Hombre	171	39,2%
Mujer	265	60,8%
Total	436	100%

Fuente: Cálculos Propios - ProColombia

De los 436 colaboradores, 325 se encuentran en Colombia: 320 son directos y 5 indirectos⁹.

Tabla 5. Distribución por género de los colaboradores en Colombia

Género	No. colaboradores	Porcentaje
Hombre	128	39,4%
Mujer	197	60,6%
Total	325	100%

Fuente: Cálculos Propios - ProColombia

⁹ Como "indirectos" se están incluyendo las personas contratadas a través de una empresa de servicios temporales para un proyecto específico o por reemplazo de licencias no remuneradas.

En relación con la cantidad de colaboradores en el exterior, corresponden a 111.

Tabla 6. Distribución por género de los colaboradores en el exterior

Género	No. colaboradores	Porcentaje
Hombre	43	38,7%
Mujer	68	61,3%
Total	111	100%

Fuente: Cálculos Propios - ProColombia

De los colaboradores en Colombia, 267 se encuentran ubicados en Bogotá y 58 en oficinas regionales. A continuación, se presenta la distribución por género.

Tabla 7. Distribución por género de los colaboradores en Bogotá

Género	No. colaboradores	Porcentaje
Hombre	105	38,4%
Mujer	162	61,1%
Total	267	100%

Fuente: Cálculos Propios - ProColombia

Tabla 8. Distribución por género de los colaboradores en oficinas regionales

Género	No. colaboradores	Porcentaje
Hombre	23	39,7%
Mujer	35	60,3%
Total	58	100%

Fuente: Cálculos Propios - ProColombia

En cuanto a la distribución por región en la que se encuentran los colaboradores, en la siguiente tabla se presenta detalle:

Tabla 9. Distribución por género de los colaboradores por región

Región	No. colaboradores	Porcentaje
Antioquía	12	20,7%
Atlántico, Magdalena, Cesar, Guajira y San Andrés	9	15,5%
Bolívar, Córdoba y Sucre	7	12,1%
Caldas	3	5,1%
Norte de Santander	4	6,9%
Risaralda, Quindío, Tolima y Huila	7	12,1%
Santander	5	8,6%
Valle del Cauca, Cauca, Nariño y Chocó	11	19%
Total	58	100%

Fuente: Cálculos Propios - ProColombia

Respecto al nivel jerárquico de los colaboradores, en la siguiente tabla se presenta el detalle. Por “Directivo” se consideran las posiciones que tienen responsabilidad por un proceso y equipo de trabajo dentro de ProColombia. Estos incluyen los niveles de: Subdirector, Coordinador, Director, Gerente, Vicepresidente y Presidente.

Tabla 10. Distribución por nivel jerárquico de los colaboradores

Nivel	No. colaboradores	Porcentaje
Directivo	77	17,7%
Asesor Senior	126	28,9%
Asesor	132	30,2%
Profesional	61	14%
Auxiliares Técnicos	40	9,2%
Total	436	100%

Fuente: Cálculos Propios - ProColombia

Tabla 11. Distribución por nivel jerárquico y género de los colaboradores

Nivel	No. Mujeres	% Mujeres	No. Hombres	% Hombres
Directivo	43	9,9%	34	7,8%
Asesor Senior	72	16,5%	54	12,4%
Asesor	84	19,3%	48	11%
Profesional	36	8,3%	25	5,7%
Auxiliares Técnicos	30	6,9%	10	2,3%
Total	265	60,9%	171	39,1%

Fuente: Cálculos Propios - ProColombia

Tabla 12. Distribución por edades de los colaboradores

Rango de edad	No colaboradores	Porcentaje
Menores de 30	86	19,7%
30-39	169	38,8%
40-49	111	25,5%
Mayores de 50	70	16%
Total	436	100%

Fuente: Cálculos Propios - ProColombia

Tabla 13. Distribución por generaciones de los colaboradores

Generación	Porcentaje
Baby Boomer	0,2%
Generación X	28,3%
Millenials	14,8%
Generación Z	54,6%
Total	100%

Fuente: Cálculos Propios - ProColombia

Tabla 14. Distribución por población diversa de los colaboradores

Población	Porcentaje
Minoría Étnica	3%
Población LGBTQIQ+	9%
Total	12%

Fuente: Cálculos Propios - ProColombia

Atracción del talento

En 2024, se tuvo 68 nuevas contrataciones distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 15. Distribución de nuevas contrataciones

Tipo	No. colaboradores	Porcentaje
Directo	60	88,2%
Indirecto	8	11,8%
Total	68	100%

Fuente: Cálculos Propios - ProColombia

Tabla 16. Distribución de nuevas contrataciones por oficina

Oficina	No. colaboradores	Porcentaje
Bogotá	40	58,8%
Oficinas regionales	11	16,2%
Oficinas comerciales	17	25%
Total	68	100%

Fuente: Cálculos Propios - ProColombia

Tabla 17. Distribución de nuevas contrataciones por rango de edad

Rango de edad	No. colaboradores	Porcentaje
Menores de 30	27	39,7%
30-39	22	32,4%
40-49	13	19,1%
Mayores de 50	6	8,8%
Total	68	100%

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia

Tabla 18. Distribución de nuevas contrataciones por género

Género	No. colaboradores	Porcentaje
Hombre	22	32,4%
Mujer	46	67,6%
Total	68	100%

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia

Programa Semillero:

Es una iniciativa creada por ProColombia para formar practicantes comprometidos, innovadores, con habilidades para adaptarse a un mundo laboral en constante transformación y que a futuro sean candidatos óptimos para cubrir las diferentes vacantes de la organización.

En el 2024 se cerraron 8 nuevos convenios con Universidades, finalizando el año con 32 convenios. Los nuevos convenios son:

1. Universidad del Magdalena
2. Institución Universitaria Mayor de Cartagena
3. Universidad Nacional de Colombia
4. Universidad de América
5. Universidad Nacional Abierta y a distancia UNAD
6. Universidad Santo Tomás
7. Corporación Universitaria del Huila
8. Colegio Mayor de Antioquia

Durante el año, ProColombia incorporó a 185 practicantes: 90 en el primer semestre y 95 en el segundo, distribuidos en Bogotá, Oficinas Regionales y Comerciales.

Tabla 19. Numero de practicantes y distribución semestral

I Semestre 2024			II Semestre 2024	
Género	No. Personas	Porcentaje	No. Personas	Porcentaje
Hombre	29	32,2%	37	38,9%
Mujer	61	67,8%	58	61,1%
Total	90	100%	95	100%

Fuente: Cálculos Propios - ProColombia

De la misma manera, el Programa Semillero se consolidó como una de las principales fuentes de reclutamiento para cubrir las vacantes de la organización, ya que el 25% de las nuevas contrataciones (17 de 68) fueron ocupadas por ex practicantes que formaron parte de este programa en años anteriores.

Rotación

Durante 2024, la rotación fue del 13,93% debido a 60 retiros: 50 en Colombia y 10 en el exterior. Estas cifras presentan una disminución casi del 50% en la rotación de ProColombia, pasando del 27,49% en el 2023 al 13,93% en el último año.

La distribución de los retiros presentados en 2024 es la siguiente:

Tabla 20. Retiros por edad

Rango de edad	No. Personas	Porcentaje
Menores de 30	22	36,7%
30-39	20	33,3%
40-49	12	20%
Mayores de 50	6	10%
Total	60	100%

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia

Tabla 21. Retiros por género

Género	No. Personas	Porcentaje
Hombre	18	30%
Mujer	42	70%
Otro	0	0%
Total	60	100%

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia

Tabla 22. Retiros por Oficina

Oficina	No. Personas	Porcentaje
Bogotá	43	71,7%
Oficinas Regionales	7	11,7%
Oficinas Comerciales	10	16,6%
TOTAL	60	100%

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia

Gestión del desempeño

En 2024, se llevó a cabo la evaluación de desempeño a 425 colaboradores, alcanzando una cobertura del 100%, teniendo en cuenta que este proceso aplica para aquellos que ingresen antes del 1 de octubre del año a evaluar.

La distribución de la evaluación de desempeño entre los colaboradores es la siguiente:

Tabla 23. Colaboradores participantes de la evaluación de desempeño por género

Género	No. Colaboradores	Porcentaje
Hombre	170	40%
Mujer	255	60%
Total	425	100%

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia

Tabla 24. Colaboradores participantes de la evaluación de desempeño por nivel jerárquico

Nivel	No. Personas	Porcentaje
Presidencia, Vicepresidencias y Gerencias	38	8,9%
Coordinación y Subdirección	36	8,5%
Contribuidor individual (sin personal a cargo)	351	82,6%
TOTAL	425	100%

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia

El proceso de la evaluación de desempeño inicia cuando la alta gerencia establece y comunica la estrategia organizacional, marcando el punto de partida para alinear las actividades de la entidad hacia los objetivos estratégicos. Este ciclo culmina con una evaluación final que permite medir el desempeño global y garantizar el cumplimiento de los objetivos planteados.

Dicho proceso está estructurado en tres etapas formales distribuidas a lo largo del año. La primera consiste en la fijación de los objetivos corporativos, que se traduce en la asignación de metas y objetivos individuales

a cada miembro de la organización, lo cual asegura que cada colaborador comprenda su papel en el cumplimiento de las metas estratégicas.

La segunda etapa se centra en proporcionar retroalimentación periódica. Durante esta fase, cada miembro del equipo recibe información clara sobre sus logros, los avances realizados en relación con sus objetivos, y las áreas donde es necesario mejorar. Este feedback fomenta el desarrollo continuo y la motivación personal, al mismo tiempo que asegura que los esfuerzos estén alineados con las prioridades organizacionales.

Finalmente, la tercera etapa corresponde a la evaluación formal. Allí se revisa de manera integral el desempeño del año, se analizan los resultados alcanzados frente a los objetivos establecidos y se identifican oportunidades para la mejora continua. Esta fase es crucial no solo para medir el rendimiento individual y colectivo, sino también para ajustar estrategias futuras, planificar el desarrollo profesional y reforzar la cultura de excelencia dentro de la organización.

Formación y desarrollo

- **Inducción corporativa**

Al ingresar a ProColombia, se realiza la inducción corporativa, proceso que introduce a los nuevos colaboradores a la cultura, misión, visión y políticas de la organización, el cual busca facilitar su adaptación al entorno laboral, proporcionarles una comprensión clara de sus roles y responsabilidades, y fomentar un sentido de pertenencia desde el primer día.

Durante 2024, se llevó a cabo la inducción corporativa para 61 nuevos colaboradores, lo que representa un 98% de los nuevos ingresos. Además, la satisfacción general con el proceso fue de 4,6 sobre 5,0.

- **Formación**

Durante el 2024, 433 colaboradores participaron en cursos de formación. El promedio de horas de formación fue de 10,60 distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 25. Promedio de horas de formación por género

Género	Cantidad de horas promedio
Hombre	10,40
Mujer	10,91
Total	10,60

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia

Tabla 26. Promedio de horas de formación por nivel jerárquico

Nivel	Cantidad de horas promedio
Presidencia, Vicepresidencias y Gerencias	2,74
Coordinación y Subdirección	9,13
Contribuidor Individual (sin personal a cargo)	11,17

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia

El indicador Net Promoter Score (NPS), utilizado para evaluar el grado de recomendación de los cursos de formación, fue de 60,2%. Este resultado refleja una valoración positiva por parte de los participantes en cuanto al contenido y material utilizado en las capacitaciones.

Los planes de formación fueron diseñados en colaboración con los líderes de las distintas áreas, con el propósito de identificar de manera precisa las necesidades específicas de aprendizaje de los equipos. Este enfoque permitió desarrollar estrategias formativas orientadas a fortalecer las capacidades y competencias de los colaboradores, alineándose con los objetivos estratégicos de la organización.

En este contexto, se priorizó el fortalecimiento de competencias clave como liderazgo, venta consultiva y comunicación asertiva. Además, con el objetivo de fomentar una cultura organizacional más inclusiva y equitativa, algunos planes de formación incluyeron los siguientes cursos:

- Convertirse en defensor de la diversidad
- Promueve el valor de la diversidad en tu empresa
- Impulsa el bienestar, la equidad e inclusión laboral
- Inclusión laboral: una oportunidad para todos

• Desarrollo

En 2024, se llevaron a cabo 15 promociones internas, proporcionando a los colaboradores un espacio de crecimiento donde encuentren las herramientas necesarias para potenciar su desarrollo personal y profesional, de esta manera ProColombia facilita entornos laborales más competitivos de acuerdo con los desafíos a los cuales se deben afrontar la organización.

Bienestar y ambiente laboral

El programa de bienestar de ProColombia está enfocado en generar espacios de integración, fomentando un clima organizacional positivo que motive y retenga a los colaboradores.

La última medición de ambiente laboral fue realizada en noviembre de 2023 con la reconocida metodología de *Great Place To Work*, quedando ubicados en un nivel “Satisfactorio”. Se contó con la participación de 397 colaboradores, correspondientes al 99,5% de la población que cumplía con las condiciones (tipo de contratación y antigüedad) establecidas para responder la encuesta.

De la misma manera, con el objetivo de promover un excelente ambiente laboral, en 2024 se definió la implementación de un plan de acción diseñado para lograr resultados aún más sobresalientes año tras año.

Dentro de este plan, en el 2024 se implementaron las siguientes acciones:

- Ejecución del Programa de Liderazgo para todos los líderes de la organización.
- Realización de grupos focales con las 4 áreas con mayores oportunidades de mejora.
- Realización de 2 talleres de construcción de iniciativas (1 para Bogotá y 1 para Oficinas Regionales y Comerciales) para la definición de acciones a implementar a nivel organizacional.
- Realización de 2 talleres *Journey* (1 para Bogotá y 1 para Oficinas regionales y Comerciales) en los que se brindaron herramientas a los líderes para crear acciones a implementar en cada uno de sus equipos.
- Se brindó Coaching a 3 líderes de la organización
- Realización de 4 talleres de intervención en comunicación asertiva y trabajo en equipo, con diferentes áreas.

En 2025, se continuará con el plan de intervención, implementando acciones enfocadas en mejorar la comunicación, la coordinación y el trabajo conjunto.

Así mismo, en 2024 se lanzó la marca ProBienestar, con el objetivo principal de involucrar a todos los colaboradores mediante actividades diseñadas para atender sus intereses y ofrecerles las condiciones necesarias que favorezcan su productividad y calidad de vida, tanto en el ámbito laboral como personal. Durante el año, se realizaron 37 actividades centradas en el deporte, la recreación, el contacto con la naturaleza, la integración de equipos y la participación de las familias.

También, se conmemoraron las siguientes fechas especiales:

- Día del Administrativo
- Día de la Madre
- Día del Padre
- Día del Niño
- Amor y Amistad
- Halloween
- Navidad

Además, a lo largo del año se organizaron tres ferias de emprendimiento y se ofreció un almuerzo de gratitud dedicado a los colaboradores de servicios generales. Estas actividades alcanzaron un 97% de cumplimiento, ya que se realizaron 37 de las 38 actividades planeadas. Más de 500 personas (entre colaboradores directos e indirectos y participantes del Programa Semillero) se vieron beneficiados por estas iniciativas.

- **Compensaciones y beneficios**

Uno de los componentes más importantes para la atracción y retención del talento humano en ProColombia es la definición y gestión de un paquete de Compensación Total equitativo desde el punto de vista interno y competitivo frente al mercado laboral.

El paquete de Compensación Total de ProColombia tiene los siguientes componentes:

- **Trabajo Remoto:** el equipo de ProColombia utilizó la modalidad de trabajo híbrido, asistiendo presencialmente 4 días a la semana a las oficinas y 1 de manera remota.
- **Auxilio de Salud:** se otorga un auxilio de salud para el colaborador y hasta 4 beneficiarios con primer grado de afinidad y/o consanguinidad. El propósito de este auxilio es cubrir parte del plan de medicina prepagada de los colaboradores mediante el reembolso de un monto fijo mensual, previa presentación de la factura correspondiente al servicio.
- **Póliza de Seguro:** se otorga a los colaboradores a partir de su vinculación, una póliza de vida en caso de fallecimiento o discapacidad total o parcial del colaborador.
- **Auxilios Educativos:** se otorgaron apoyos financieros a colaboradores que se encuentran realizando programas académicos de pregrado, postgrado, diplomados o idiomas, beneficiando a un total de 26 colaboradores por un monto total de COP\$47.005.538.
- **Becas académicas para hijos de colaboradores:** se dio continuidad al convenio de cooperación académica que existe desde el año 2018 entre la Universidad Politécnico Gran Colombiano y ProColombia. Se otorgaron 3 becas anuales por el 90% del estudio en programas de pregrado para los hijos del personal de la organización. Este beneficio, que únicamente aplicaba para hijos de personal administrativo, se amplió al resto de los niveles de cargo.
- **Licencias no remuneradas para estudio:** se otorgaron 4 licencias no remuneradas para colaboradores que están cursando programas presenciales de postgrado y maestrías en el exterior.
- **Permiso parental:** se otorgaron 6 permisos parentales de acuerdo con la siguiente tabla:

Tabla 27. Cantidad de colaboradores con permiso parental por género

Género	No. Colaboradores	Porcentaje
Hombre	3	50%
Mujer	3	50%
Total	6	100%

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia

Seguridad y salud en el trabajo

ProColombia implementa la Política de Seguridad de Información y Seguridad y Salud en el Trabajo de acuerdo por lo dispuesto por Fiducoldex como administrador del Patrimonio Autónomo dando

cumplimiento al Decreto Único Reglamentario 1072 de 2015, Resolución 312 de 2019 y demás normativas relacionadas con esta materia.

En ProColombia el 77% de los colaboradores cubiertos por el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SGSST) están ubicados en las oficinas principales en Bogotá, el 19% en las oficinas regionales y 4% en el exterior, estos últimos se rigen por la legislación de Seguridad y Salud en el trabajo, de cada país donde laboran.

Durante 2024, ProColombia desarrolló 19 actividades en torno al SGSST, entre las que se encuentran:

- Aplicación de la batería de riesgo psicosocial y actividades de intervención (como primeros auxilios psicológicos).
- Exámenes Ocupacionales a los colaboradores de Colombia que llevan más de 2 años en la Organización.
- Capacitaciones a los comités de COPASST, COMITE DE CONVIVENCIA LABORAL y BRIGADAS DE EMERGENCIA.
- Inspecciones de puesto solicitadas.
- Pausas activas en las oficinas en Colombia.
- Entrega de elementos ergonómicos.
- Participación en el Simulacro Distrital y en las diferentes capacitaciones del Comité de Emergencias de la Administración del edificio de Centro Comercio Internacional (CCI).
- Semana de la Salud con diferentes conferencias y actividades.

En cuanto a incidentes laborales, no se presentaron durante 2024; por otro lado, en accidentes laborales, se presentaron 6 accidentes. En ProColombia no se han presentado enfermedades profesionales, por lo que la tasa de incidencia es 0%. La tasa de días perdidos por enfermedad y accidentes en 2024 fue del 0,14%. Frente a la tasa de ausentismo laboral, en 2024 fue del 2,43%, debido a condiciones de salud asociadas al sistema respiratorio y sistema digestivo.

Sostenibilidad corporativa

Con el objetivo de ser una organización coherente con su misión, ProColombia cuenta con programas con enfoque social, ambiental y de gobernanza que no solo apoyan los objetivos del negocio, sino que también se alinean con las políticas nacionales y los marcos internacionales en materia de sostenibilidad. A continuación, se presentan los programas que implementa ProColombia.

- **ProActivos- Voluntariado Corporativo:**

Es una iniciativa que busca promover, facilitar y apoyar el trabajo voluntario de los colaboradores, a través de experiencias que les permitan fortalecer sus competencias y desarrollar un mayor compromiso con el país y con la organización, generando un impacto positivo a la sociedad, mediante un programa que sea

coherente con la estrategia organizacional y alineado con los valores corporativos. Se realizó de la mano con 4 fundaciones aliadas: YMCA, Laudes Infantis, Global Humanitaria y Biblioteca de la Creatividad.

De acuerdo con este propósito se desarrollaron dos líneas de acción:

- **Mentores sin Fronteras:** programa de formación por medio de sesiones tanto virtuales como presenciales, en el cual los voluntarios comparten su talento y experiencia a niñas, niños y jóvenes en condiciones de vulnerabilidad para reforzar sus conocimientos académicos. En 2024, se llevaron a cabo 28 sesiones con una participación de 21 voluntarios, quienes donaron 249 horas.
- **Voluntario por un día:** jornadas en las cuales los voluntarios tienen la oportunidad de vivir experiencias enriquecedoras, cubriendo las necesidades de diferentes comunidades, llevando a cabo actividades tales como: siembra de árboles, recolección de residuos, entrega de materiales escolares, entre otros. En 2024 se realizaron 4 jornadas con la participación de 56 voluntarios y 340 horas donadas.

ProActivos se financia a través de la solidaridad de los colaboradores de ProColombia mediante actividades que se realizan durante el año. En 2024 se recaudaron COP \$14.620.000 para financiar las actividades del programa durante 2025.

- **VIVERDE: Programa de gestión ambiental:**

Busca reducir el impacto ambiental de ProColombia a través de diversas iniciativas que promueven el uso eficiente de recursos naturales, una correcta disposición de residuos y la mitigación la huella ambiental. En 2024 se llevaron a cabo las siguientes acciones:

- **Medición de huella de carbono:** con el objetivo de establecer una línea base que permita a ProColombia medir sus emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) generadas por el desarrollo de sus actividades, en 2024 se contrató a una empresa especializada para llevar a cabo esta medición bajo la metodología GHG Protocol, abarcando el período de enero a diciembre de 2023, específicamente en las oficinas de la sede principal en Bogotá. Esta acción tiene como propósito no solo cuantificar las emisiones, sino también ofrecer recomendaciones clave para la toma de decisiones relacionadas con las acciones de reducción y compensación, con el fin de mitigar el impacto ambiental de la organización.
- **Basura cero:** se logró la recolección de 4 toneladas y media de residuos aprovechables, los cuales fueron entregados a diferentes aliados con el fin de alargar su vida útil y evitar su disposición en rellenos sanitarios:

Tabla 28. Distribución por material de residuos recolectados

Material	kg	Porcentaje
Residuos orgánicos	4.284,48	87,8
Plástico	54,6	1,1
Cartón	239,4	4,9
Vidrio	15	0,3
Papel	198,5	4,1
Otros	86,5	1,8
Total	4.879,78	100

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia

- **Encuentro ProColombia Sostenible:**

Es un espacio dedicado a la construcción de conocimiento en torno a la sostenibilidad del país con el fin de generar conciencia en los diferentes grupos de interés sobre la importancia de incorporar prácticas sostenibles en los modelos de negocio y generar sinergias entre diferentes actores. En 2024 se generaron los siguientes resultados:

- Se contó con la participación de 484 personas a lo largo de los 2 días, de los cuales 147 asistieron presencialmente, mientras que 337 se conectaron a la transmisión de streaming.
- Con la modalidad híbrida, el evento tuvo una cobertura de 11 países en América, Europa y Asia. A nivel nacional, se contó con participantes de 21 departamentos de Colombia.
- La agenda contó con 9 actividades académicas entre las que se encuentran 4 paneles, 4 foros y una charla magistral. De la misma manera, se realizó la feria de productos con sentido social y una jornada de voluntariado.
- Por primera vez, se celebró el reconocimiento de los Negocios Inspiradores de Sostenibilidad, cuyo objetivo fue identificar y reconocer a tres modelos de negocio con las prácticas inspiradoras en materia de gestión social, ambiental y de gobernanza en Colombia, destacar buenas prácticas sostenibles implementadas por modelos de negocios de distintos sectores e industrias en Colombia que permitan ser ejemplo para otras empresas e incentivar la creación y/o transformación de modelos de negocio responsables, conscientes y sostenibles en Colombia.

Las temáticas tratadas fueron:

- Avances de Colombia frente al Pacto Verde Europeo
- Aplicación de la debida diligencia para productos libres de deforestación
- Transición energética para la competitividad empresarial
- Estrategias de economía circular en los negocios
- Rol de las empresas privadas en la biodiversidad y el uso sostenible

- Futuro sostenible del sector aeronáutico
- Turismo comunitario
- Rol de la infraestructura turística
- Oportunidades de negocio con enfoque diferencial

Para revivir los momentos del Encuentro ProColombia Sostenible, lo puede hacer haciendo clic [aquí](#).

- **Sostenibilidad como parte de la cadena de valor:**

En ProColombia, los proveedores desempeñan un papel clave en la gestión organizacional, contribuyendo al logro de los objetivos misionales. Por ello, la organización cuenta con políticas de contratación que incluyen exigencias de sostenibilidad para la selección de proveedores estratégicos, incorporando cláusulas relacionadas con prácticas de gestión sostenible en los contratos.

La organización colabora con proveedores especializados en escenografía y material promocional que implementan prácticas sostenibles, tales como la fabricación de artículos con fibras naturales y materiales reciclados post-consumo. Además, trabaja con proveedores comprometidos con la reducción de la impresión de papel y la promoción del consumo responsable, gestionando el ciclo de vida completo de los productos para minimizar los impactos ambientales.

Se han implementado diversas acciones en colaboración con los proveedores, lo que ha permitido fortalecer la gestión sostenible. A continuación, se destacan algunas de estas acciones:

- Reutilización de material: las estructuras, escenografía y otros elementos (como lamas, artesanías, caminos de mesa, paletas, pines, entre otros) se reutilizan en diversas actividades de promoción. Esto no solo reduce costos, sino que también disminuye la generación de residuos. Además, se emplea el sistema escenográfico Danés Substanz, que utiliza bloques reciclables ensamblados y requiere solo el cambio de gráfica, sin necesidad de producir nuevas estructuras para cada evento.
- Disminución del plástico de un solo uso: se implementan estrategias como la entrega de termos reutilizables para el consumo de bebidas, con el fin de reducir el uso de plásticos desechables.
- Material ecológico: se prioriza la compra de artículos elaborados con insumos biodegradables, como lapiceros de fibra de trigo y corcho, bolsas de fibras naturales, libretas de papel ecológico, entre otros.
- Impacto social: durante las actividades de promoción se generan alimentos sobrantes que por alguna razón no pudieron ser consumidos por los participantes, por lo tanto, se hace entrega de tales productos a fundaciones para su aprovechamiento. Por ejemplo, en la Macrorrueda 100 en Cartagena se entregaron más de 800 productos alimenticios a diferentes fundaciones.

- Digitalización de resultados comerciales: a través del uso de plataformas digitales para medir los resultados comerciales, que consolidan la información proporcionada por los empresarios durante las actividades de promoción, como resultado de este proceso se evita el uso de papel y tinta.

A continuación, se presentan los eventos más destacados de ProColombia y sus acciones con proveedores con prácticas sostenibles:

- Macrorrueda Colombia Travel Mart y Rueda de Encadenamiento CTM 2024: reutilización y mantenimiento de piezas escenográficas, material promocional fabricado con fibras naturales y supervisión de la gestión de desechos mediante un proveedor especializado en el manejo de residuos.
- Macrorrueda 100: evento realizado en Cartagena y en el que se reutilización de piezas escenográficas y material promocional realizado con fibras naturales.
- Rueda de Encadenamiento y VI Encuentro Sostenible de ACOTUR: reutilización de piezas escenográficas.
- Rueda de Negocios CNTM: Reutilización de piezas escenográficas, material promocional ecológico y entrega de termos para incentivar la reducción del consumo de plásticos de un solo uso.
- Rueda de Prensa Avianca – Marca País: reutilización de piezas escenográficas.
- Cena de Alto Nivel COP16: complementación del montaje con la reutilización de piezas escenográficas.
- Macrorrueda Internacional - Colombia, El País de la Belleza: realizada en México, para la realización de esta actividad, a través del proveedor Arquitectura Efímera, se tuvo como criterios de selección, la adopción de prácticas sostenibles. Por ende, el material promocional fue fabricado con fibras naturales.
- Actividad Fin de Año ProColombia: reciclaje de materiales utilizados en eventos pasados y diseño de termos con el fin de evitar el consumo de botellas plásticas.
- Premios de Turismo Colombia CO 2024: reutilización de piezas escenográficas y producción de etiquetas ecológicas para la entrega de velas de cera de miel de abeja (ecológicas y no tóxicas) como souvenir.

Transformación digital

Alineado con lo establecido en el Plan Estratégico de Tecnología de la Información – PETI, se han trabajado los siguientes cuatro (4) frentes:

- **Contribución al desarrollo tecnológico de la organización:** implementación de los proyectos priorizados:
 - Calidad, gobierno y democratización de los datos: el modelo de gobierno de datos de ProColombia se fundamenta en establecer una estructura jerárquica para la gobernanza y la gestión de los datos

como un activo estratégico, fortaleciendo la calidad, integridad, seguridad y disponibilidad de la información en la organización.

A través de la definición de roles, responsabilidades y procesos se busca asegurar que la toma de decisiones relacionadas con los datos se realice de manera informada y estratégica. En 2024 se institucionalizó el comité de gobierno de datos y se inició la revisión de casos de uso de datos frecuente.

- Accesibilidad y usabilidad de portales: rediseño, arquitectura de contenidos y estandarización de la imagen de los portales web de ProColombia.
 - Mesa de trabajo para la Integración BPM - MinCIT y el CRM-NEO de ProColombia, con el objetivo de realizar seguimiento a la gestión en la identificación y solución de obstáculos de inversión de empresas extranjeras.
- **Garantizar la disponibilidad de servicios IT:**
 - Gestión de los controles para la oportuna detección y prevención de incidentes de seguridad informática, ciberseguridad y seguridad de la información que puedan afectar la disponibilidad, integridad, confiabilidad y privacidad de la información en los servicios:
 - Implementación Intune: Defender for identity, Defender for Office 365, Defender for Endpoint, Defender for Cloud Apps.
 - Inicio en la implementación Microsoft Purview Information Protection.
 - Como parte de las actividades periódicas que se deben realizar cada año, se realiza la remediación de vulnerabilidades de las aplicaciones y portales de ProColombia con base en los análisis de seguridad realizados por Fiducoldex, el afinamiento de las políticas de correo SPAM en los sistemas de seguridad de Microsoft office 365, también, el afinamiento en la administración y configuración de la seguridad perimetral para la administración centralizada de todos los Firewall en sedes comerciales y regionales, la gestión de “Microsoft for IDENTITY” para detección de amenazas por suplantación de identidad, investigación de actividades sospechosas, respuesta ante ataques.
- **Potenciar las capacidades tecnológicas:**
 - Ejecución y seguimiento a los planes de mejora de las herramientas misionales y de gestión administrativa de la organización
 - Con el fin de mantener a los funcionarios de la organización a la vanguardia tecnológica se realizaron capacitaciones en herramientas de Microsoft 365, Share Point. Así mismo, en temas de innovación como Calidad en el mundo Agile incluyendo entrega, despliegue y monitoreo, elementos de apoyo a la calidad (DoD, DoR, CA y PTRS).
 - Implementación de Informática como herramienta para la calidad, administración y democratización de los datos.

- Dockerización de servicios de portales y aplicaciones para optimizar su rendimiento y despliegue.
- Migración del ecosistema digital y aplicaciones críticas de la entidad a la nube privada de Alibaba. (cambio de datacenter).
- **Mejoras en procesos:**
 - Implementaciones en el CRM de variables alineadas a las nuevas estrategias acorde a los lineamientos de gobierno de datos.
 - Optimización del manual de seguridad informática y manual de seguridad de la información que dé respuesta a las necesidades y dinámica de la organización.
 - Lanzamiento de campañas institucionales concientizando sobre la importancia de la seguridad informática y de la información.

Retroalimentación a nuestra gestión

ProColombia cuenta con diferentes medios para que los interesados manifiesten sus peticiones, quejas, reclamos, sugerencias o felicitaciones, estos son:

- Página web: <https://procolombia.co/transparencia/pqrfs>
- Por correspondencia: Mediante comunicación escrita enviada a la Calle 28 No 13A-24 Piso 6 en Bogotá D.C.
- Telefónicamente comunicándose a línea 5600100 en la ciudad de Bogotá D.C.
- Por medio de los siguientes correos electrónicos:
 - info_exportaciones@procolombia.co
 - info_inversion@procolombia.co
 - info_marcapais@procolombia.co
 - info_turismo@procolombia.co
- Por los canales dispuestos por Fiducoldex como administrador de ProColombia.
- Comunicándose con un colaborador de ProColombia.

Para el 2024 se tuvieron los siguientes resultados:

Tabla 29. Distribución de la cantidad de casos

Tipo	Cantidad
Queja	4
Reclamo	4
Felicitación	30
Sugerencias	0
Total	38

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia

En línea con los resultados de años anteriores, para el 2024 se mantiene la tendencia de que las felicitaciones recibidas superan por amplio margen las quejas o reclamos, también se puede mencionar que los tiempos de respuesta promedio para la atención de estos casos fue de 6 días hábiles, permitiendo así el cumplimiento de la meta definida por ProColombia de 15 días hábiles para la atención de estas situaciones desde el momento de recepción hasta su respuesta.

Tabla 30. Promedio de tiempos según el tipo de caso recibido

	Días acuso	Días respuesta	Días cierre
Queja	1	4	4
Reclamo	1	9	2
Promedio Total	1	6	3

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia



Índice de **cumplimiento GRI**

Índice de cumplimiento GRI

Tabla 31. GRI y su ubicación en el Informe

GRI	Descripción	Ubicación en el informe	Omisión
Contenidos Generales			
GRI 2-1	Detalles organizacionales	Pág. 10 Acerca de ProColombia	
GRI 2-2	Entidades / áreas incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	Pág. 12 Estructura organizacional	
GRI 2-3	Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	Pág. 4 Introducción	
GRI 2-4	Actualización de la información	Pág. 4 Introducción	
GRI 2-5	Verificación externa		No se ha solicitado verificación externa del presente informe
GRI 2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	Pág. 23 Contexto Macroeconómico Pág. 24 Contexto ambiental y social Pág. 113 Sostenibilidad como parte de la cadena de valor	
GRI 2-7	Empleados	Pág. 99 Nuestro Talento	
GRI 2-8	Trabajadores que no son empleados	Pág. 99 Nuestro Talento	

GRI 2-9	Estructura de gobernanza y composición	Pág. 13 Gobierno corporativo	
GRI 2-10	Designación y selección del máximo órgano de gobierno	Pág. 13 Gobierno corporativo	
GRI 2-11	Presidente del máximo órgano de gobierno	Pág. 13 Instancias de toma de decisiones	
GRI 2-12	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	Pág. 13 Instancias de toma de decisiones Pág. 13 Mecanismos de transparencia	
GRI 2-13	Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	Pág. 13 Mecanismos de transparencia	
GRI 2-14	Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	Pág. 13 Instancias de toma de decisiones	
GRI 2-15	Conflictos de interés	Pág. 13 Mecanismos de transparencia	
GRI 2-16	Comunicación de inquietudes críticas	Pág. 116 Retroalimentación a nuestra gestión	
GRI 2-17	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno		No aplica
GRI 2-18	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno		Información confidencial con ánimo de salvaguardar la integridad de los miembros de la Junta Asesora
GRI 2-19	Políticas de remuneración		Información confidencial con ánimo de salvaguardar la integridad de los

			miembros de la Junta Asesora
GRI 2-20	Proceso para determinar la remuneración		Información confidencial con ánimo de salvaguardar la integridad de los miembros de la Junta Asesora
GRI 2-21	Ratio de compensación total anual		Información confidencial con ánimo de salvaguardar la integridad de los miembros de la Junta Asesora
GRI 2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	<p>Pág. 16</p> <p>La Sostenibilidad es nuestro modelo</p> <p>Pág. 28</p> <p>Acciones para el posicionamiento de la Marca País</p> <p>Pág. 32</p> <p>Alineación de la Marca País con los Objetivos de Desarrollo Sostenible</p> <p>Pág. 34</p> <p>Inversión extranjera directa para el desarrollo sostenible y la transición energética</p> <p>Pág. 46</p> <p>Alineación de la estrategia de inversión con los Objetivos de Desarrollo Sostenible</p> <p>Pág. 48</p> <p>Promoción de Exportaciones No Minero Energéticas - Internacionalización de los Territorios por una Cultura Productiva y Exportadora</p>	

		<p>Pág. 61</p> <p>Alineación de la estrategia de exportaciones con los Objetivos de Desarrollo Sostenible</p> <p>Pág. 63</p> <p>Turismo Sostenible e incluyente - Internacionalización y Economía para la vida</p> <p>Pág. 82</p> <p>Alineación de la estrategia de turismo internacional con los Objetivos de Desarrollo Sostenible</p> <p>Pág. 110</p> <p>Sostenibilidad Corporativa</p>	
GRI 2-23	Compromisos y políticas	<p>Pág. 13</p> <p>Mecanismos de transparencia</p>	
GRI 2-24	Incorporación de los compromisos y políticas	<p>Pág. 13</p> <p>Mecanismos de transparencia</p>	
GRI 2-25	Procesos para remediar los impactos negativos	<p>Pág. 13</p> <p>Mecanismos de transparencia</p>	
GRI 2-26	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	<p>Pág. 116</p> <p>Retroalimentación a nuestra gestión</p>	
GRI 2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas	<p>Pág. 13</p> <p>Mecanismos de transparencia</p>	
GRI 2-28	Afiliación a asociaciones	<p>Pág. 84</p> <p>Iniciativas de Integración con otros países</p> <p>Pag.86</p> <p>Cooperación internacional y nacional</p>	

GRI 2-29	Enfoque para la participación de los grupos de interés	Pág. 21 Grupos de interés	
GRI 2-30	Convenios de negociación colectiva		ProColombia no cuenta con ningún convenio de negociación colectiva
GRI 3	Determinar los temas materiales	Pág. 6 La Sostenibilidad es nuestro modelo	
GRI 3-1	Proceso para determinar los temas materiales	Pág. 18 Asuntos materiales de ProColombia	
GRI 3-2	Lista de temas materiales	Pág. 18 Asuntos materiales de ProColombia	
GRI 3-3	Gestión de temas materiales	Pág. 18 Asuntos materiales de ProColombia	
Contenidos Económicos			
GRI 201	Desempeño económico	Pág. 34 Inversión extranjera directa para el desarrollo sostenible y la transición energética Pág. 48 Promoción de Exportaciones No Minero Energéticas - Internacionalización de los Territorios por una Cultura Productiva y Exportadora Pág. 63 Turismo Sostenible e incluyente - Internacionalización y Economía para la vida	
GRI 202	Presencia en el mercado	Pág. 34	

		<p>Inversión extranjera directa para el desarrollo sostenible y la transición energética</p> <p>Pág. 48</p> <p>Promoción de Exportaciones No Minero Energéticas - Internacionalización de los Territorios por una Cultura Productiva y Exportadora</p> <p>Pág. 63</p> <p>Turismo Sostenible e incluyente - Internacionalización y Economía para la vida</p>	
GRI 203	Impactos económicos indirectos	<p>Pág. 34</p> <p>Inversión extranjera directa para el desarrollo sostenible y la transición energética</p> <p>Pág. 48</p> <p>Promoción de Exportaciones No Minero Energéticas - Internacionalización de los Territorios por una Cultura Productiva y Exportadora</p> <p>Pág. 63</p> <p>Turismo Sostenible e incluyente - Internacionalización y Economía para la vida</p>	
GRI 203-1	Inversiones en infraestructura y servicios apoyados	<p>Pág. 34</p> <p>Inversión extranjera directa para el desarrollo sostenible y la transición energética</p>	
GRI 203-2	Impactos económicos indirectos significativos	<p>Pág. 6</p> <p>Logros 2024</p> <p>Pág. 16</p>	

		La Sostenibilidad es nuestro modelo Pág. 23 Contexto Macroeconómico	
GRI 204	Prácticas de abastecimiento	Pág. 113 Sostenibilidad como parte de la cadena de valor	
GRI 204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	Pág. 113 Sostenibilidad como parte de la cadena de valor	
GRI 205	Anticorrupción	Pág. 13 Gobierno Corporativo	
GRI 205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	Pág. 13 Gobierno Corporativo	
GRI 205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Pág. 13 Gobierno Corporativo	
GRI 205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	Pág. 13 Gobierno Corporativo	
GRI 207	Fiscalidad	Pág. 13 Gobierno Corporativo	
Contenidos Ambientales			
GRI 301	Materiales	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental Pág. 113 Sostenibilidad como parte de la cadena de valor	
GRI 301-1	Materiales usados por peso o volumen	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	

		Pág. 113 Sostenibilidad como parte de la cadena de valor	
GRI 301-2	Insumos reciclados	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental Pág. 113 Sostenibilidad como parte de la cadena de valor	
GRI 301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental Pág. 113 Sostenibilidad como parte de la cadena de valor	
GRI 302	Energía	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 302 -2	Consumo de energía fuera de la organización	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 302-3	Intensidad energética	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 302-4	Reducción del consumo energético	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 302-5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	Pág. 111	

		VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 303	Agua y afluentes	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 303-1	Interacción con el agua como recurso compartido	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 303-2	Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 303-3	Extracción de agua	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 303-4	Vertidos de agua	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 303-5	Consumo de agua	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 304	Biodiversidad	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 304-1	Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas		No aplica
GRI 304-2	Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 304-3	hábitats protegidos o restaurados	Pág. 111	

		VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 304-4	Especies que aparecen en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones		No aplica
GRI 305	Emisiones	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 305-1	Alcance 1 – Emisiones directas de GEI	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 305-2	Alcance 2 – Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 305-3	Alcance 3 – Emisiones indirectas de GEI	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GR 305-4	Intensidad de las emisiones de GEI		ProColombia se encuentra en proceso de medición de las emisiones de GEI
GRI 305-5	Reducción de las emisiones de GEI		ProColombia se encuentra en proceso de medición de las emisiones de GEI
GRI 305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)		ProColombia se encuentra en proceso de medición de las emisiones
GRI 305-7	Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire		ProColombia se encuentra en proceso de medición de las emisiones
GRI 306	Residuos	Pág. 111	

		VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GR 306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 306-3	Residuos generados	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 306-4	Residuos no destinados a eliminación	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 306-5	Residuos destinados a eliminación	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 308	Evaluación ambiental de proveedores	Pág. 113 Sostenibilidad como parte de la cadena de valor	
Contenidos Sociales			
GRI 401	Empleo	Pág. 99 Fortalecimiento Institucional	
GRI 401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	Pág. 102 Atracción del talento Pág. 104 Rotación	
GRI 401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a empleados a tiempo parcial o temporales	Pág. 109 Compensaciones y beneficios	
GRI 401-3	Permiso parental	Pág. 109	

		Seguridad y Salud en el Trabajo	
GRI 402	Relaciones trabajador - empresa	Pág. 99 Fortalecimiento Institucional	
GRI 403	Salud y seguridad en el trabajo	Pág. 109 Seguridad y Salud en el Trabajo	
GRI 403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Pág. 109 Seguridad y Salud en el Trabajo	
GRI 403-2	Identificación de peligros, evaluaciones de riesgos e investigación de incidentes	Pág. 109 Seguridad y Salud en el Trabajo	
GRI 403-3	Servicios de salud en el trabajo	Pág. 109 Seguridad y Salud en el Trabajo	
GRI 403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre SST	Pág. 109 Seguridad y Salud en el Trabajo	
GRI 403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	Pág. 109 Seguridad y Salud en el Trabajo	
GRI 403-6	Promoción de la salud de los trabajadores	Pág. 109 Seguridad y Salud en el Trabajo	
GRI 403-7	Prevención y mitigación de los impactos para SST directamente vinculados a través de las relaciones comerciales	Pág. 109 Seguridad y Salud en el Trabajo	
GRI 403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Pág. 109 Seguridad y Salud en el Trabajo	
GRI 403-9	Lesiones por accidente laboral	Pág. 109 Seguridad y Salud en el Trabajo	
GRI 403-10	Las dolencias y enfermedades laborales	Pág. 109 Seguridad y Salud en el Trabajo	
GRI 404	Formación y educación	Pág. 106	

		Formación y desarrollo	
GRI 404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado	Pág. 106 Formación y desarrollo	
GRI 404-2	Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	Pág. 105 Gestión del desempeño Pág. 107 Bienestar y ambiente laboral	
GRI 404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera	Pág. 105 Gestión del desempeño	
GRI 405	Diversidad e igualdad de oportunidades	Pág. 20 Nuestros compromisos con los Derechos Humanos, la Diversidad, Equidad e Inclusión	
GRI 405-1	Diversidad de órganos de gobierno y empleados	Pág. 20 Nuestros compromisos con los Derechos Humanos, la Diversidad, Equidad e Inclusión Pág. 99 Nuestro Talento	
GRI 406	No discriminación	Pág. 20 Nuestros compromisos con los Derechos Humanos, la Diversidad, Equidad e Inclusión	
GRI 406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Pág. 20 Nuestros compromisos con los Derechos Humanos, la Diversidad, Equidad e Inclusión	
GRI 408	Trabajo infantil	Pág. 113 Sostenibilidad como parte de la cadena de valor	

GRI 409	Trabajo forzoso u obligatorio	Pág. 113 Sostenibilidad como parte de la cadena de valor	
GRI 410	Prácticas en materia de seguridad	Pág. 20 Nuestros compromisos con los Derechos Humanos, la Diversidad, Equidad e Inclusión	
GRI 411	Derechos de los pueblos indígenas	Pág. 20 Nuestros compromisos con los Derechos Humanos, la Diversidad, Equidad e Inclusión	
GRI 413	Comunidades locales	Pág. 110 ProActivos: Voluntariado Corporativo	
GRI 414	Evaluación social de los proveedores	Pág. 113 Sostenibilidad como parte de la cadena de valor	
GRI 415	Política pública	Pág. 6 Logros 2024	
GRI 416	Salud y seguridad de los clientes	Pág. 13 Mecanismos de transparencia Pág. 14 Gestión de Riesgos	
GRI 417	Marketing y etiquetado	Pág. 96 Comunicaciones	
GRI 418	Privacidad del cliente	Pág. 13 Mecanismos de transparencia	

Fuente: Elaboración Propia – ProColombia



COLOMBIA 
EL PAÍS DE LA BELLEZA