



2014-2015

**INFORME DE
SOSTENIBILIDAD**



PROCOLOMBIA

EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS





CONTENIDO



ACERCA DEL INFORME

- 04 |** Carta de la Presidente
- 04 |** Informe de sostenibilidad 2014-2015

DESARROLLO DEL INFORME DE SOSTENIBILIDAD:

Dirección

Santiago Andrés Marroquín Velandia
María Cecilia Obando Arboleda

Equipo líder

Carolina León Peñareñas
María Ximena Serrano Corredor
Tatiana Rodríguez Bautista
María Paula Forero Vega

Diseño y diagramación

Gatos Gemelos Comunicación



NUESTRA ORGANIZACIÓN

- 06 |** Quiénes somos
- 11 |** Nuestra presencia
- 13 |** Tamaño de la Organización
- 13 |** Visión, misión y valores
- 14 |** Nuestras políticas
- 15 |** Estructura organizacional
- 16 |** Nuestras áreas de negocio
- 18 |** Alianzas con más de 100 entidades
- 20 |** Reconocimientos: ProColombia, un referente de promoción en América Latina
- 21 |** La satisfacción de nuestros clientes



NUESTRA GESTIÓN SOSTENIBLE

- 24 |** ProColombia le apuesta a la sostenibilidad
- 26 |** Nuestros grupos de interés
- 29 |** La definición de los asuntos materiales
- 30 |** Gobierno corporativo comprometido con la transparencia y los derechos humanos
- 34 |** Nuestra contribución al desarrollo económico del país
- 36 |** ¿Cómo estamos transformando al país?
- 51 |** Nuestro compromiso con el ambiente
- 55 |** Gestión del talento ProColombia
- 64 |** Nuestros proveedores como aliados de la gestión



1 | **ACERCA
DEL INFORME**



LA SOSTENIBILIDAD, UNA HERRAMIENTA PARA LA COMPETITIVIDAD

La sostenibilidad y las buenas prácticas son también un factor que aumenta la competitividad. Este es un compromiso que ProColombia ha materializado en distintos escenarios, y con impacto en varios actores. Resultado de esto ha sido nuestra contribución a que más empresas exporten o aumenten sus ventas, se fortalezca la inversión extranjera y se impulse el turismo del país.

Esta tarea la comenzamos desde el interior de la organización, enfocándonos en la creación de una cultura sobre la importancia de la gestión sostenible, en busca de que los funcionarios se apropien de este concepto y lo repliquen a los empresarios, a través de sus funciones. Todo esto, bajo los lineamientos de la norma ISO 26000.

'Transformando nuestro país' ha sido el concepto del trabajo en los años 2014-2015, que se realizó bajo la metodología *Global Reporting Initiative* (GRI), y que ProColombia adoptó en el 2013, cuando se convirtió en la primera agencia de promoción en Latinoamérica en utilizarla.

Siguiendo las tendencias internacionales, la organización dispuso acciones para fomentar las buenas prácticas dentro de las empresas, a través de los Programas de Formación Exportadora, seminarios y asesores de la entidad. A



su vez, identifica compradores con potencial, que valoran el desarrollo de productos socialmente responsables y que están dispuestos a pagar más por ello.

Dos novedades importantes en la gestión consisten en la creación de programas que complementan y profundizan los servicios de ProColombia, en busca de fortalecer el tejido empresarial: Mipyme Internacional y Mentor Exportador, que impactan en pequeñas y medianas empresas, las cuales aprendieron a crear sus áreas de comercio y a entender y sacar provecho de las buenas prácticas para elevar su nivel de competitividad.

El trabajo para promover la sostenibilidad siempre está presente en nuestras estrategias. Una muy importante son las alianzas con más de 100 entidades, particularmente organismos internacionales y gremios de sectores estratégicos para el crecimiento del comercio, tanto en exportaciones como en turismo. La capacitación en temas técnicos, de la mano de expertos aliados, ha permitido aumentar el impacto de nuestra gestión para fortalecer la cultura exportadora y las buenas prácticas.

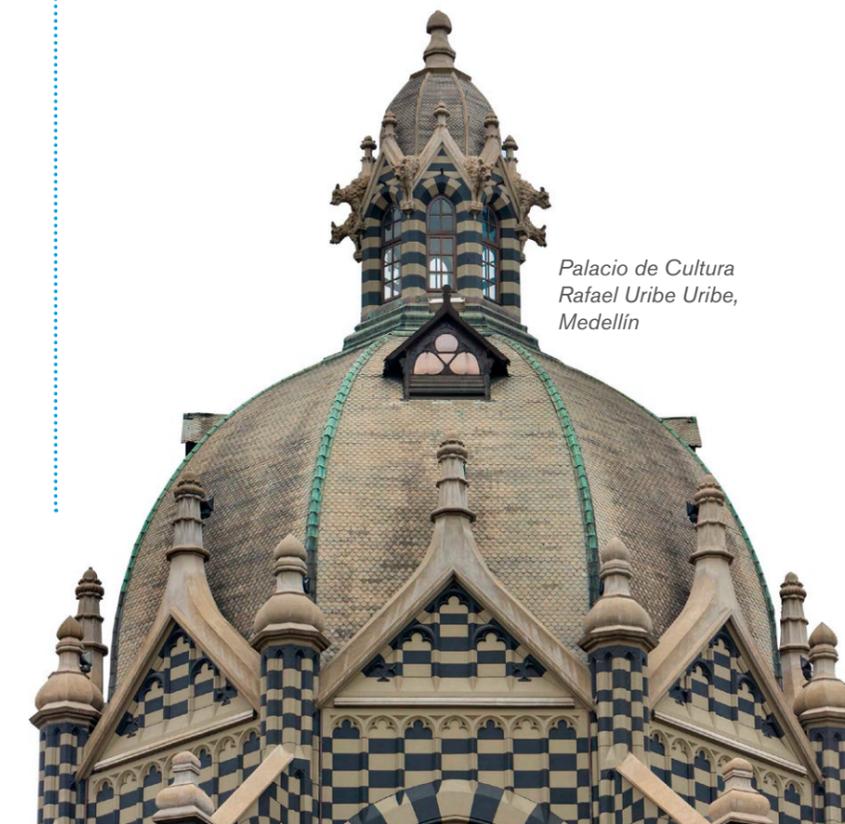
En este nuevo informe los invitamos a conocer en detalle la evolución de este proyecto. Nuestra misión hace que el fomento de la sostenibilidad no se limite a ser un tema interno, sino, por el contrario, un propósito que aporte al desarrollo del país.

María Claudia Lacouture
Presidenta ProColombia agosto 2010-mayo 2016.
Actual Ministra de Comercio, Industria y Turismo.

INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2014-2015

El Informe de Sostenibilidad 2014-2015 de ProColombia fue construido bajo el concepto "transformando a nuestro país", desde un enfoque interno que busca incorporar en la cultura organizacional un modelo de gestión sostenible, bajo los lineamientos de la Norma ISO 26000, y un enfoque externo que involucra el trabajo constante con los grupos de interés y aporta elementos concretos para su desarrollo económico, social y ambiental.

Al igual que el primer informe (2013), esta segunda versión fue elaborada de acuerdo con los lineamientos GRI G4, siguiendo la opción de conformidad esencial; cubre el periodo comprendido entre enero del 2014 v diciembre del 2015. v el cual



Palacio de Cultura
Rafael Uribe Uribe,
Medellín



CARTA DEL PRESIDENTE



Desde mi llegada a ProColombia he podido comprobar que la organización está comprometida con el país de manera integral. El equipo de esta entidad trabaja constantemente por el logro de los objetivos que nos hemos trazado como agencia de promoción, porque sabemos que impactan directamente en el crecimiento sostenible de Colombia y en el bienestar de los colombianos.

El año 2015 fue clave para consolidar la posición y actuación de ProColombia en materia de sostenibilidad, con la definición de una política articulada a su estrategia, bajo tres compromisos. El primero es el enfoque interno, en el que convinimos en “actuar con el ejemplo”, por eso llevamos a cabo de forma voluntaria acciones sostenibles articuladas con nuestra gestión, lo cual refleja nuestra responsabilidad ante los grupos de interés. El segundo compromiso es que desde nuestra “esencia”, adquirimos un compromiso de responsabilidad social, amarrado a nuestra gestión misional, en la cual aportamos al desarrollo sostenible de Colombia promoviendo las exportaciones no minero-energéticas, la internacionalización de las empresas colombianas, la inversión extranjera directa, el turismo internacional y la marca país. Y tercero, desde un enfoque transversal “apoyamos para construir”, incorporando acciones de Responsabilidad Social Empresarial como herramientas estratégicas de la gestión. Esta política ha reforzado nuestra estrategia y nos ha permitido medir de manera eficiente el impacto de su implementación.

Continuaremos trabajando para aportar a la transformación del país a través de las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económico, social y ambiental. Desde lo económico, mediante el apoyo y acompañamiento de empresas para el crecimiento de sus exportaciones y la diversificación de mercados, la atracción de inversión extranjera y la promoción de Colombia como destino de talla mundial; desde lo ambiental, facilitando la incursión de proyectos de inversión sostenible, promoviendo el turismo que armoniza y cuida la biodiversidad del país e incentivando las buenas prácticas ambientales en las empresas atendidas para ser más competitivas en mercados internacionales. Por último desde lo social, motivando a las empresas a tener buenas prácticas sociales, llegando a más empresas y lugares, promoviendo el turismo que tiene un efecto en doble vía con el producto o destino, el turista y el país, promoviendo a Colombia como destino para que empresarios extranjeros aumenten o realicen inversiones en las diferentes regiones, generando empleo, acompañando a pequeños productores y poblaciones vulnerables para adecuar y exportar su oferta, entre otras acciones que nos permitirán contribuir a la construcción de un país mejor.

Este informe recoge experiencias y testimonios que reflejan el compromiso de ProColombia con la sostenibilidad y el desarrollo de Colombia. Los resultados son también una invitación para seguir trabajando arduamente por una Colombia más grande y en paz.

Felipe Jaramillo Jaramillo
Actual Presidente ProColombia.



2

**NUESTRA
ORGANIZACIÓN**



QUIÉNES SOMOS

Somos la organización de orden nacional vinculada al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, encargada de la promoción de las exportaciones de bienes no minero-energéticos y servicios, la inversión en Colombia y en el exterior, la atracción del turismo internacional y la Marca País.

A partir del 13 de noviembre del 2014, Proexport cambia su nombre a ProColombia, transformándose en una organización con mayor alcance en su misión, que contribuye a la creación de más empresas exportadoras; refuerza la búsqueda de inversión extranjera en nuevos proyectos que generen más oferta, empleo y crecimiento; promueve la inversión de los colombianos en el exterior; impulsa el desarrollo de Colombia como destino global, y amplía su cobertura para integrar la promoción de la imagen país.

ProColombia es una organización integral, con un cimiento fuerte basado en el conocimiento. La información es nuestro motor, las necesidades del empresario son el enfoque de nuestro trabajo y el acompañamiento en su proceso es un objetivo conjunto.

Priorizamos para brindar una mejor atención a nuestros clientes, realizamos una gestión proactiva orientada por la demanda, hacemos seguimiento a las oportunidades comerciales y contamos con un portafolio de herramientas y servicios de acuerdo con la necesidad del cliente.

Una encuesta de Cifras & Conceptos y Datexco, hecha a empresarios nacionales y extranjeros, concluyó que la marca Proexport no reflejaba ni integraba la misión de la entidad. Con la evolución a ProColombia, se incorporan los tres ejes de negocio (exportaciones, inversión y turismo), así como la Marca País.



Orquídea.
Flor Nacional de Colombia

NUESTRA EVOLUCIÓN



1967

Creación del Fondo para la Promoción de las Exportaciones – PROEXPO.



1991

Se inicia la apertura económica de Colombia con la creación del Ministerio de Comercio Exterior. Se liquida PROEXPO (Bancóldex asume todos los derechos y obligaciones de PROEXPO).



1992

Nace FIDUCOLDEX, con la misión de administrar el patrimonio autónomo dedicado a la promoción de las exportaciones, denominado Proexport.



2002

A través de los actuales Centros de Información (antes Zeiky) se generaron alianzas estratégicas con actores regionales para ofrecer servicios localmente.



Herramientas y servicios diseñados según la necesidad del cliente

ProColombia cuenta con un portafolio de servicios que responde a las necesidades de las empresas. La organización tiene al servicio de las compañías del país el conocimiento que requieren para internacionalizar sus negocios.



- Ferias internacionales
- Agendas comerciales
- Macrorruedas de negocio
- Misiones de compradores
- Misiones de exportadores
- Showrooms
- Degustaciones
- Presstrips
- Oportunidades en tiempo real
- Macrorruedas virtuales
- Telepresencia



Actividades de promoción



Información, divulgación y capacitación

- Ruta exportadora
- Programa de formación exportadora
- Páginas web especializadas
- Seminarios de divulgación de oportunidades de negocio
- Cartillas, periódicos y brochures, actualidad empresarial
- Información a la medida

- Bienes
- Servicios



Validación y adecuación de la oferta

- Programas de adecuación
- Programa mentor exportador**
- Misiones exploratorias
- Seminarios de sensibilización
- Programa Mipyme internacional**



2003

La organización evolucionó su esquema de trabajo: además de generar actividades de promoción, pasó al relacionamiento con exportadores y compradores.



2004

Se inicia la promoción de turismo internacional.



2005

Se inicia la promoción de Inversión Extranjera Directa.

Nace la estrategia de imagen país.



Acompañamiento a inversionistas, alianza con agencias regionales e información especializada.



2007

Se fortalece la promoción de turismo internacional. Para esto se consolida el área y se enfoca en atender los segmentos: vacacional y de reuniones.

2008

Los tres ejes de negocio de la organización, exportaciones, inversión y turismo, se articulan en sus trabajos de promoción.

Se generan sinergias entre el sector Comercio, Industria y Turismo: alineación del Ministerio y los entes vinculados y adscritos.

2011

Promoción conjunta con organizaciones homólogas internacionales (como ProChile) para intercambiar conocimientos, y tener mayor alcance en las estrategias.

Apertura de oficina para promoción conjunta en Turquía, entre las organizaciones de promoción de los países de la Alianza del Pacífico.



Herramientas para capacitar a empresarios, aumentar la oferta turística y su promoción internacional



2013

- Se inicia la promoción de la inversión colombiana en el exterior.
- La organización fortalece su estrategia de regionalización, para llevar más servicios de ProColombia a los departamentos.

2014

- Proexport evoluciona a ProColombia.
- La Marca País se integra nuevamente y forma parte de la estrategia de ProColombia.

2015

- Se crea la política de sostenibilidad de ProColombia.



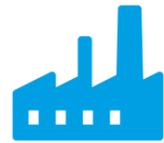
CREAMOS NUEVAS HERRAMIENTAS AL SERVICIO DE NUESTROS EMPRESARIOS:



Programa Mipyme Internacional para fortalecer el tejido empresarial

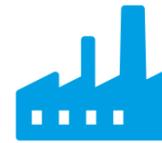
Este programa está dirigido a empresas con productos que tengan demanda internacional y quieran ser exportadoras constantes. ProColombia hace un acompañamiento a través de un asesor de comercio, que apoya a la empresa en el montaje del área de comercio exterior y en la construcción y ejecución de un plan de trabajo que facilite su compromiso de exportar constantemente.

En los primeros meses del 2015 se puso en marcha un programa piloto, en el cual tomaron parte 33 empresas de diferentes sectores. Estas también participaron en agendas comerciales y otras actividades de promoción.



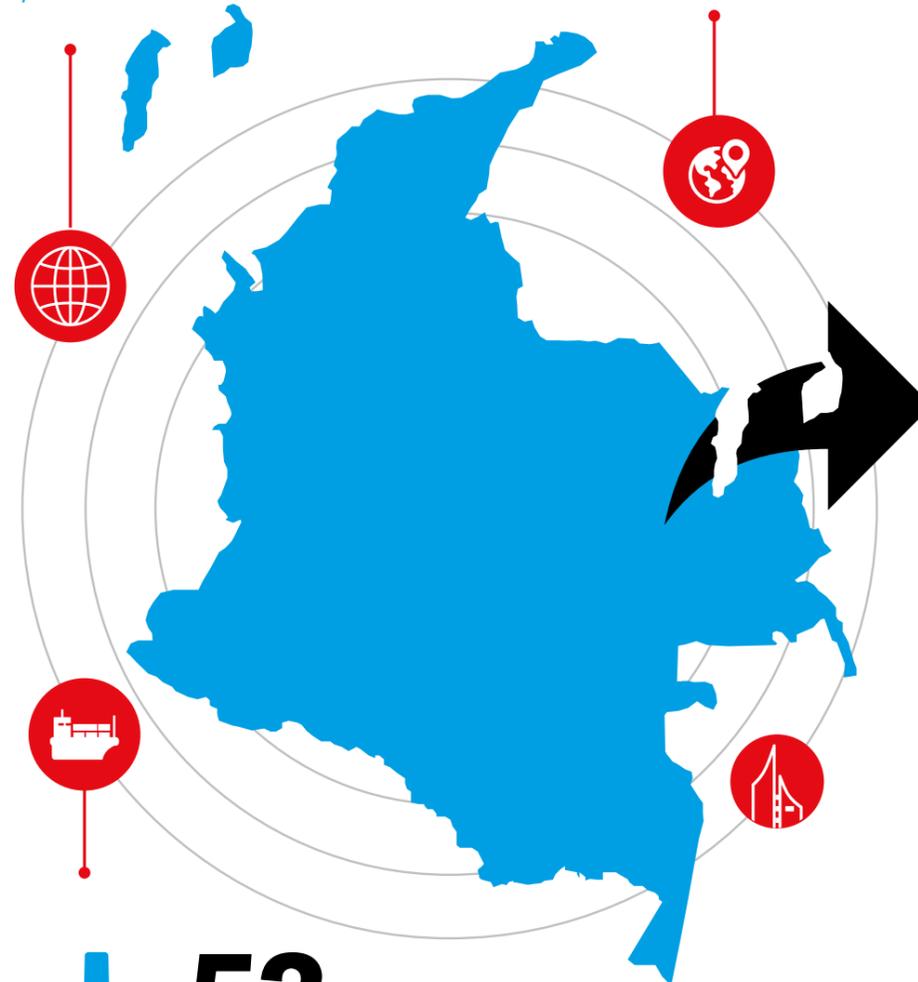
33
EMPRESAS

participaron del Programa Mipyme Internacional para fortalecer el tejido empresarial



184
COMPAÑÍAS

participaron del Programa Más Multilatinas



53
COMPAÑÍAS

participaron del Programa Mentor Exportador



Programa Más Multilatinas: la expansión internacional de la empresa colombiana

Se enfoca en orientar la estrategia de internacionalización hacia la apertura de sedes propias en el exterior y que más empresas colombianas puedan aprovechar nuevos mercados y clientes, tener acceso a factores de producción, puedan lograr mejoras en la eficiencia y generar flujos de exportación desde Colombia.

ProColombia trabajó durante el 2015 con 184 empresas interesadas en tener presencia directa en el exterior, a través de oficinas de representación, centros de distribución compartidos o encadenamientos productivos.

En materia de inversión extranjera, ProColombia también busca promover la llegada de empresas que fortalezcan la industria nacional, y fomentar el desarrollo de proveedores con compañías colombianas.



Programa Mentor Exportador: grandes empresas ayudan a mipymes a exportar

Tiene como objetivo apoyar a las empresas proveedoras de grandes compañías para que inicien sus exportaciones o las aumenten en caso de que ya las realicen.

Durante el 2015 se vincularon cuatro empresas mentoras, que han integrado al programa 53 compañías de los sectores de manufacturas, prendas de vestir, agroindustria y servicios, para que inicien o profundicen su proceso exportador.



Programa Destino Global para fortalecer la industria turística colombiana

Este programa busca atraer inversión para fortalecer la infraestructura turística en las regiones, así como la oferta de servicios en los nichos de turismo vacacional y de reuniones. Para eso, construye con aliados locales propuestas de valor que permitan aprovechar el potencial de las regiones.



Marca País

En el 2005 nace la estrategia de imagen país con “Colombia es pasión”, como herramienta de competitividad internacional. Esta estrategia se enfocó en devolver la confianza a los extranjeros en el país, demostrándoles que aspectos como la seguridad, la economía, la cultura y la calidad de vida habían crecido notablemente en los últimos años, logros que se reflejaron en más oportunidades para el comercio, la inversión y el turismo.

En el 2011, el Gobierno Nacional, con el fin de darle un alcance transversal a la Marca para cubrir a todas las entidades del orden nacional, determinó darle una administración distinta de Proexport (actualmente ProColombia); sin embargo, la organización continuó trabajando y generando sinergias con la Marca.

En el 2012, Marca País lanza su segunda campaña promocional, “La respuesta es Colombia”, buscando crear una imagen integral del país en el extranjero.

En el 2014, la Marca se incorpora nuevamente al objetivo misional de ProColombia, con un enfoque de trabajo más amplio, teniendo a su cargo toda la estrategia de comunicaciones internacionales que pretende atraer inversionistas, turistas y compradores, cerrar la brecha entre la percepción y la realidad que se tiene de Colombia en el exterior y promocionar las buenas acciones que hacen los colombianos en el mundo.

Este enfoque contribuyó para que en el 2015 la Marca lograra un posicionamiento en medios internacionales especializados.

El valor de *free press* de los artículos publicados en medios de comunicación internacionales ascendió a US\$125.000.000, lo que representa un incremento del 23% del valor con respecto al 2014.

También se consolidó una plataforma de comunicación digital de Marca País y acciones con visibilidad internacional.

Tangara Rojinegra



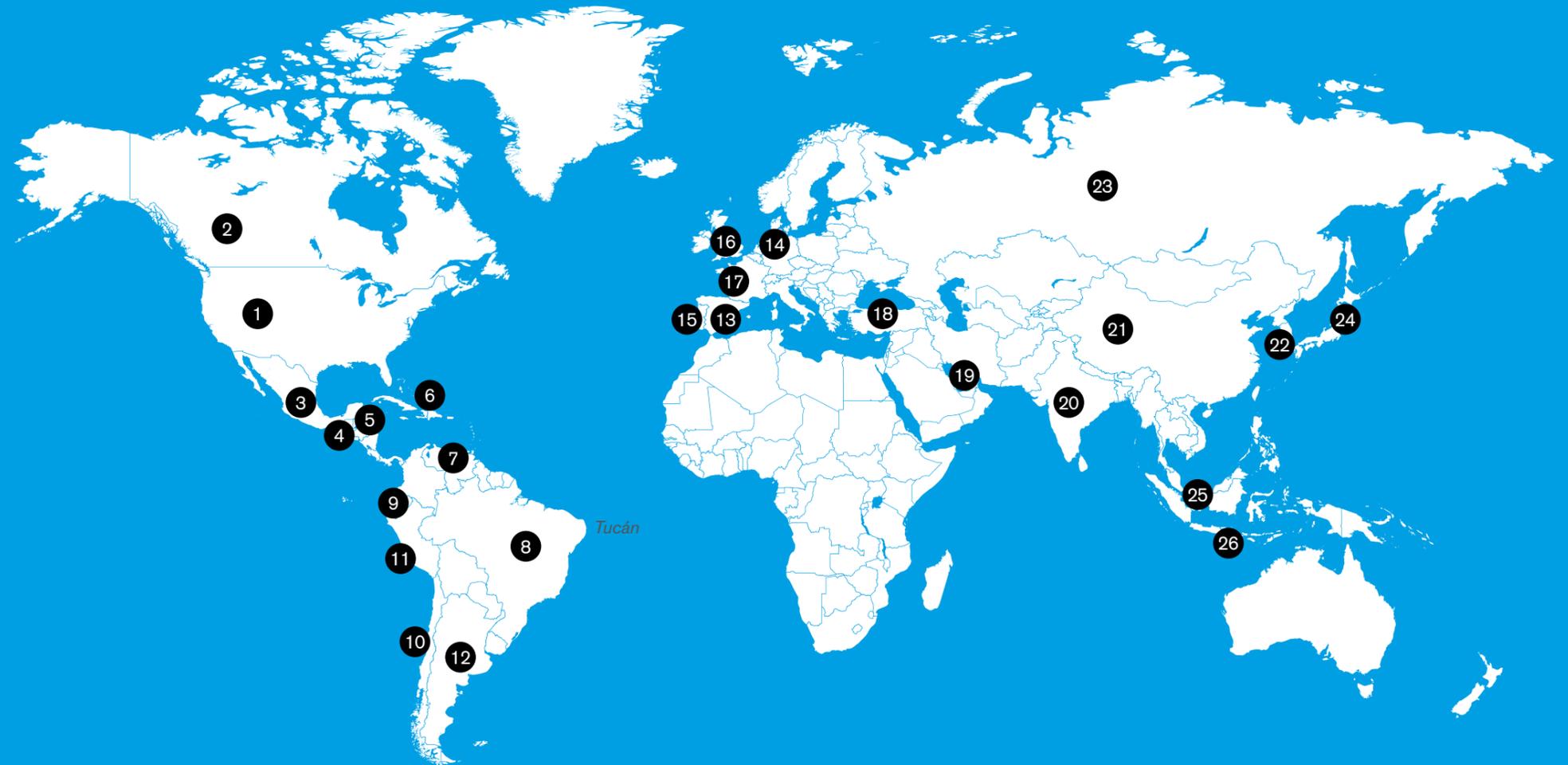
NUESTRA PRESENCIA

En el mundo

En ProColombia contamos con 26 oficinas comerciales en el exterior y estamos presentes en 30 países.

26
oficinas comerciales
en el exterior

30
países



- 1 Estados Unidos
- 2 Canadá
- 3 México
- 4 Guatemala
- 5 Costa Rica
- 6 Caribe

- 7 Venezuela
- 8 Brasil
- 9 Ecuador
- 10 Chile
- 11 Perú

- 12 Argentina
- 13 España
- 14 Alemania
- 15 Portugal
- 16 Reino Unido

- 17 Francia
- 18 Turquía
- 19 Emiratos Arabes Unidos
- 20 India
- 21 China

- 22 Corea del Sur
- 23 Rusia
- 24 Japón
- 25 Singapur
- 26 Indonesia



En Colombia: ocho oficinas regionales y centros de información en 19 departamentos

Contamos con una sede principal en Bogotá, ocho oficinas regionales, una red nacional de centros de información con aliados regionales y estamos presentes en los Centros Integrados de Servicios del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - MiCITio.

25 > centros de información en **19** departamentos

1. San Andrés

2. Atlántico:

- Barranquilla
- Cámara de Comercio
- Universidad del Norte

3. Bolívar: Cartagena

4. Magdalena: Santa Marta

5. Cesar: Valledupar

6. Norte de Santander: Cúcuta

7. Santander: Bucaramanga

8. Antioquia: Aburrá Sur

9. Caldas: Manizales

10. Risaralda: Pereira

11. Tolima: Ibagué

12. Quindío:

- Armenia
- Cámara de Comercio
- Universidad Gran Colombia

13. Boyacá:

- Tunja
- Duitama
- Sogamoso

14. Bogotá:

- Universidad Sergio Arboleda
- Centro de Comercio Internacional

15. Meta: Villavicencio

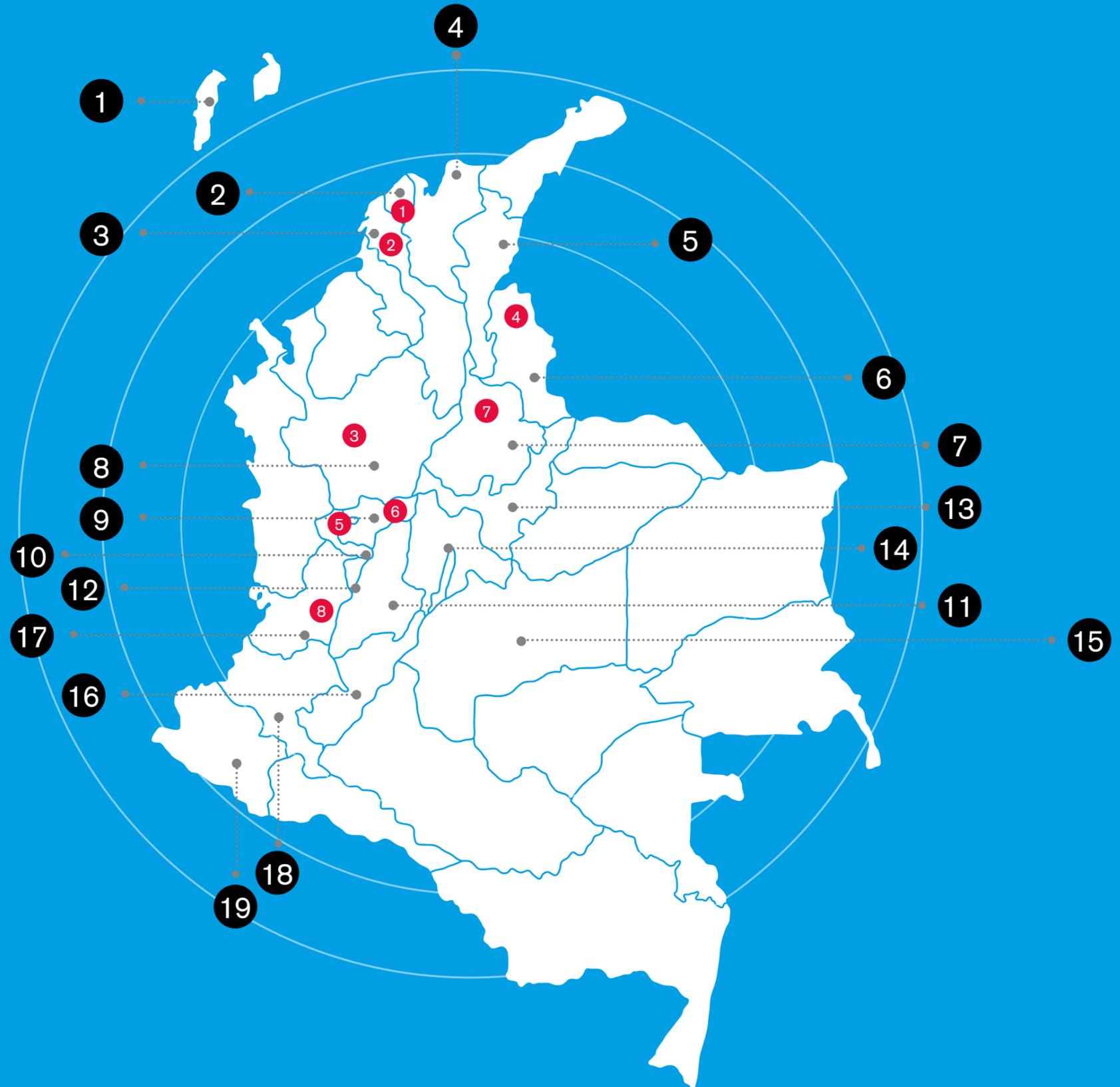
16. Huila: Neiva

17. Valle del Cauca:

- Cali
- Palmira

18. Cauca: Popayán

19. Nariño: Pasto



8 > Oficinas regionales

- | | | | |
|----------------|------------|-------------|---------------|
| 1 Barranquilla | 3 Medellín | 5 Pereira | 7 Bucaramanga |
| 2 Cartagena | 4 Cúcuta | 6 Manizales | 8 Cali |

ProColombia en los Centros Integrados de Servicios del MinCIT

- | | | | |
|---------------|--------------|----------|-----------|
| 1. San Andrés | 3. Manizales | 5. Neiva | 7. Cúcuta |
| 2. Armenia | 4. Ibagué | 6. Pasto | |



TAMAÑO DE LA ORGANIZACIÓN



VISIÓN, MISIÓN Y VALORES

Una mirada más amplia y nuevos retos:

Visión

En el 2018 continuaremos siendo la organización modelo en Latinoamérica en promoción de exportaciones, turismo internacional, inversión extranjera directa e inversión colombiana en el exterior, así como de la consolidación de la Marca País, para lo cual seguiremos adaptando los servicios a las necesidades de nuestros clientes en Colombia y en el exterior. Enfocaremos nuestras fortalezas para que los clientes aprovechen las oportunidades derivadas de los acuerdos comerciales, diversifiquen los mercados y productos mediante el conocimiento y la innovación, y fortaleceremos las alianzas con organismos nacionales e internacionales para generar sinergias que contribuyan a alcanzar sus metas.



Tucán



Misión

Contribuir al crecimiento sostenible, a la transformación productiva, a la generación de empleo, al posicionamiento de Colombia y a la diversificación de mercados, a través de la promoción de las exportaciones de bienes no minero-energéticos y servicios, turismo internacional, inversión extranjera directa, expansión de las empresas colombianas en el exterior y la Marca País. Para ello, ProColombia cuenta con un equipo de profesionales en oficinas nacionales e internacionales, que con un proceso sistemático buscan la identificación y seguimiento de oportunidades.

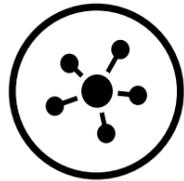


Nuestros valores



Compromiso con Colombia

Nuestro compromiso es el desarrollo y crecimiento de Colombia; por ello, actuamos en concordancia con las políticas y directrices del Gobierno Nacional, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y las necesidades de nuestros clientes y demás aliados.



Vocación de servicio

Servir bien es nuestra razón de ser para lograr que las cosas sucedan y cumplir con nuestra misión.



Confidencialidad

Manejamos de manera responsable y privada la información institucional y la de nuestros clientes.



Integridad

Fundamentamos el desarrollo de nuestras actividades comportándonos con honestidad y transparencia, mediante conductas correctas que generen respeto hacia nosotros mismos y a los demás, donde prime el interés común sobre el particular.



Respeto

Construimos relaciones basadas en la confianza y el respeto por lo que hacemos, por nuestros compañeros, por nuestros clientes y por el ambiente que nos rodea, sin exclusiones ni discriminaciones.



Trabajo en equipo

Compartimos conocimientos, experiencias y esfuerzo, aportando lo mejor de cada uno y asumiendo responsabilidades para la consecución de nuestros objetivos.



Calidad

ProColombia es una organización que busca siempre el mejoramiento continuo, orientada al logro de sus objetivos mediante la eficiencia y eficacia en sus procesos y servicios, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes.



Sostenibilidad

Somos una organización que promueve la sostenibilidad, buscando el equilibrio entre los aspectos económicos, sociales y ambientales, y permitiendo mantener una excelente relación con nuestros grupos de interés para crear un impacto positivo en el entorno.

NUESTRAS POLÍTICAS

Política de sostenibilidad

Compromiso 1 Ser una organización internamente sostenible. Aplicar la sostenibilidad como herramienta transversal en nuestra gestión organizacional y practicarla como eje de nuestra operación, manteniendo la coherencia entre lo que se promueve y lo que se practica, e interviniendo en los asuntos en los que se tiene control directo, para gestionar y fortalecer el Gobierno Corporativo, la Transparencia, los Derechos Humanos, las Prácticas Laborales y de Proveedores y el Cuidado del Medioambiente.

Compromiso 2 Promover la sostenibilidad como atributo de competitividad y elemento diferenciador en las Exportaciones, la Inversión y el Turismo. Identificar los atributos fundamentales de sostenibilidad en los diferentes sectores que trabaja ProColombia e incorporar criterios de sostenibilidad en los procesos de análisis y promoción de las Exportaciones, la Inversión y el Turismo, ejerciendo una influencia que permita al país avanzar en el cumplimiento de los compromisos que ha asumido en esta materia.

Compromiso 3 Impulsar los asuntos de sostenibilidad desde la construcción de información, la implementación de estrategias de comunicación y la definición de atributos de Marca País. Incorporar los asuntos de sostenibilidad al análisis, construcción, segmentación y divulgación de información, de tal manera que contribuyan al fortalecimiento de los espacios de formación y sensibilización, y que identifiquen proactivamente las oportunidades y los nichos de mercado que incorporan la sostenibilidad como herramienta transversal a la gestión, así como desarrollar estrategias integrales de comunicación de la sostenibilidad, imagen y atributos de Marca País.

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 y la inversión extranjera directa.

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 identificación, análisis, valoración de los riesgos e implementación de controles son responsabilidad de los líderes de los procesos. El seguimiento a los controles definidos para el manejo de los riesgos es responsabilidad del equipo de calidad, con el fin de mantener actualizados los mapas de riesgo de cada uno de los procesos del Sistema de Gestión de Calidad.

Los resultados obtenidos de la evaluación de los riesgos serán presentados en la Revisión Gerencial, para tomar acciones encaminadas a eliminar las causas de los riesgos, mantenerlos controlados o asumirlos.



Variedad de flores colombianas



ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

JUNTA ASESORA

Presidencia

Secretaría General

Coordinación de Gestión Humana

Staff de Presidencia

Gerencia Legal de Clima de Negocios

ÁREAS COMERCIALES

ÁREAS TRANSVERSALES

Vicepresidencia de Turismo

Gerencia Vacacional
Gerencia de Reuniones

Vicepresidencia de Inversión

Gerencia ALEC*
Gerencia Servicios
Gerencia Manufactura
Gerencia Inversión de Colombia en el Exterior

Vicepresidencia Exportaciones

Gerencia Agroindustria
Gerencia Manufactura
Gerencia Servicios
Gerencia Prendas de Vestir

Vicepresidencia de planeación

Dirección de Cooperación y Convenios
Gerencia de Desarrollo Estratégico Internacional
Dirección de Tecnología

Gerencia Marca País

Dirección de Alianzas
Coordinación Comunicación Internacional

Gerencia Mercadeo

Coordinación de Eventos
Coordinación Mercadeo
Coordinación Digital
Coordinación Ferias y BTL

Gerencia de Información Comercial

Subdirección de Exportaciones
Subdirección de Inversión
Subdirección de Turismo
Subdirección Logística

Gerencia de Comunicaciones

Coordinación de Comunicaciones

OFICINAS COMERCIALES EN EL EXTERIOR

Canadá	Ecuador	Turquía
Estados Unidos	Perú	China
México	Venezuela	Corea del Sur
Caribe	Alemania	Emiratos Árabes
Costa Rica	España	India
Guatemala	Francia	Indonesia
Argentina	Portugal	Japón
Brasil	Reino Unido	Singapur
Chile	Rusia	

OFICINAS REGIONALES EN COLOMBIA

Barranquilla	Cúcuta
Bucaramanga	Manizales
Cali	Medellín
Cartagena	Pereira

*Agroindustria, Logística, Energía y Conexos.



NUESTRAS ÁREAS DE NEGOCIO

ProColombia es partícipe y líder de varias de las estrategias formuladas para el logro de los objetivos misionales del sector comercio, industria y turismo del país, en especial en los de internacionalización de la economía y Colombia como destino turístico, a través de sus objetivos estratégicos:



EXPORTACIONES

Objetivo

Promover a Colombia como proveedor de bienes diferentes a los minero-energéticos y servicios en los mercados internacionales, de acuerdo con la demanda.



TURISMO

Objetivo

Promover a Colombia como destino turístico vacacional y de reuniones, para que viajeros extranjeros visiten a Colombia y organicen eventos internacionales en el país.



INVERSIÓN

Objetivo

Promover la inversión y facilitar que inversionistas extranjeros conozcan, visiten y generen negocios en Colombia, en todos los sectores, y con especial interés en aquellos que generen transformación productiva en el país.

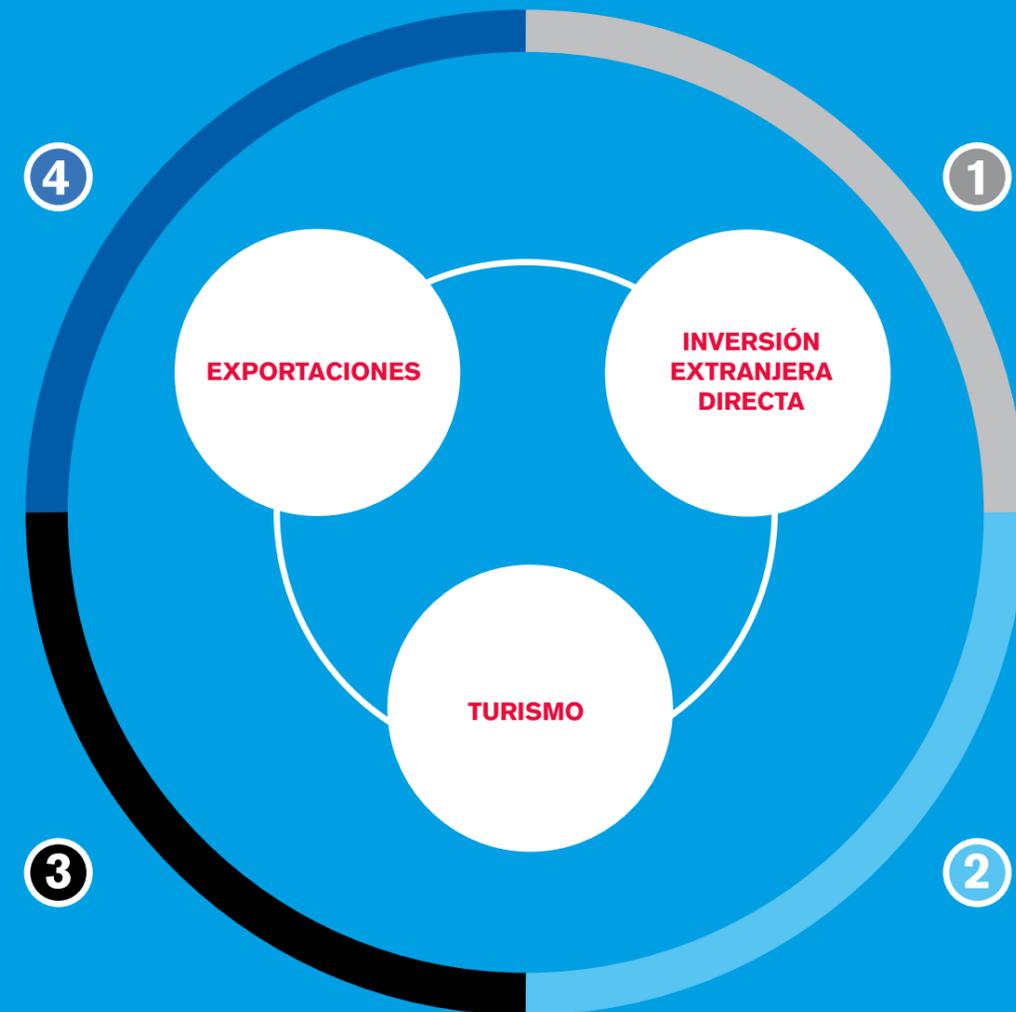
Promover la inversión colombiana en el exterior a través de la expansión e internacionalización de las empresas colombianas.



Rosas colombianas

Las estrategias comerciales que se abordaron durante el 2014 y el 2015 fueron las siguientes:

- 1 Mantenimiento y crecimiento de los mercados actuales
- 2 Diversificación de mercados
- 3 Divulgación de oportunidades de negocio
- 4 Aprovechamiento de acuerdos comerciales



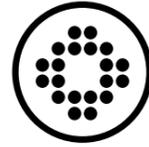


COMPONENTES GENERALES DE LA ESTRATEGIA:

Exportaciones



Aprovechar los acuerdos comerciales de Colombia, ampliando el número de productos y el valor y volumen exportado a los mercados con preferencias arancelarias.



Continuar la diversificación de las exportaciones, en búsqueda del posicionamiento de productos colombianos en mercados que ya importan desde Colombia.



Mayor aprovechamiento de la oferta exportable de las regiones.



Incrementar el número de empresas exportadoras constantes.



Inversión



Fortalecer el aparato productivo colombiano, promoviendo la Inversión Extranjera Directa que facilite una mayor inserción del país.



Aprovechar los acuerdos comerciales de Colombia, consolidándola como plataforma exportadora.



Profundizar las alianzas estratégicas con las empresas colombianas para establecer sinergias con compañías extranjeras, a fin de atraer inversión y mejorar su competitividad.



Apoyar la internacionalización de empresas colombianas y sus encadenamientos con la industria global.



Consolidar a Colombia como destino de IED para la prestación de diferentes productos turísticos, aprovechando el creciente posicionamiento.



Turismo



Posicionar a Colombia como destino en los mercados que más demandan los productos turísticos de las regiones.



Diversificar (aumentar y variar) la oferta de productos y los destinos.



Promocionar los productos turísticos en nuevos mercados con oportunidades.



Aumentar el tejido empresarial exportable de turismo.



Promocionar y apoyar la creación de nuevas rutas y frecuencias internacionales.



Desarrollar acciones de promoción para atraer viajeros internacionales en temporadas bajas.



Apoyar a las regiones en la captación de grandes eventos internacionales.



Rábanos y Cubios



ALIANZAS

con más de 100 entidades

Una de las estrategias de ProColombia para ampliar el impacto de su gestión en sectores estratégicos para el país y fortalecer su tejido empresarial es la creación de alianzas con gremios, en busca de aunar esfuerzos, y optimizar recursos y capital humano para el crecimiento de la oferta exportable del país, incluido el turismo.

Asociaciones / Gremios



- ANALDEX - www.analdex.org/
- ANDI - www.andi.com.co/
- FENALCO - www.fenalco.com.co/
- ACOPI - www.acopi.org.co/
- ANATO - www.anato.org/
- COTELCO - www.cotelco.org/
- ACICAM- www.acicam.org/
- ASOCOLFLORES - www.asocolflores.org/
- CONFECÁMARAS - www.confecamaras.org.co/
- FEDESOFTE - fedesoft.org
- INEXMODA - www.inexmoda.org.co/
- PROIMÁGENES COLOMBIA - www.proimagenescolombia.com/
- OTROS



Alianzas nacionales

- Presidencia de la República de Colombia
- Ministerios (MinCIT, MinHacienda, MinTIC, MinCultura, MinAgricultura, otros)
- Departamento Nacional de Planeación - DNP
- DIAN
- Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA
- Fondo Nacional de Turismo - FONTUR
- Gobernaciones y Alcaldías
- Cámaras de Comercio
- Zonas Francas
- Universidades
- Agencias de Promoción Regionales de Inversión - APRI
- Bureaux y Corporaciones de Turismo
- Bancóldex / PTP / iNNpulsa, Artesanías de Colombia, Superintendencia de Industria y Comercio
- Cancillerías
- OTROS

ProColombia ha realizado un trabajo conjunto a través de las siguientes **alianzas internacionales:**



<http://www.comunidadandina.org/>



<https://alianzapacifico.net/#inicio>



<http://www.redibero.org/>





FUENTES INTERNACIONALES DE COOPERACIÓN PARA FORTALECER EL ALCANCE DE PROCOLOMBIA:

- **BID – Banco Interamericano de Desarrollo**
Fortalecimiento del uso de e-commerce en las PYMES como canal de exportaciones.
- **CBI – Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries – Centro de Promoción de Importaciones para Países en Vías de Desarrollo de Holanda**
Desarrollo de programas para apoyar a las empresas colombianas en la adecuación de su oferta exportable para su ingreso al mercado europeo.
- **TFOC – Trade Facilitation Office Canada – Oficina de Facilitación del Comercio de Canadá**
Apoyo en la adecuación de la oferta exportable de las empresas colombianas para su ingreso al mercado canadiense.
- **SIPPO – Swiss Import Promotion Program – Programa del Gobierno Suizo para la Promoción de las Importaciones**
Apoyo para el desarrollo de actividades comerciales con el propósito de lograr el ingreso efectivo al mercado europeo para PYMES.
- **IPD – Import Promotion Desk – Oficina de Promoción de Importaciones de Alemania**
Apoyo para el desarrollo de actividades comerciales con el propósito de lograr el ingreso efectivo al mercado europeo para PYMES.
- **CATRITA – Canada-Americas Trade Related Technical Assistance Program**
Programa de asistencia técnica relacionado al comercio de Canadá y Américas.
- **CEI-RED – Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana**
Creación de acciones relativas al mejoramiento del clima de inversión, exportación y turismo en la República Dominicana y la República de Colombia.
- **ALGEX – Agencia Nacional de Promoción de Comercio Exterior de Argelia**
Refuerzo de relaciones entre los dos organismos, al igual que desarrollar y ampliar las relaciones comerciales entre las empresas argelinas y colombianas.
- **Gobierno del estado libre asociado de Puerto Rico**
Promoción del desarrollo en materia de servicios médicos, educativos e infraestructura, desarrollo portuario, turístico y agrícola entre Colombia y Puerto Rico.
- **Bank Tokyo Mitsubishi**
Acuerdo de Cooperación para promocionar el desarrollo de las industrias de Colombia y Japón.
- **ICEX – Agencia de Promoción de Exportaciones e Inversiones de España**
Promoción de la cooperación económica y el desarrollo de las relaciones comerciales entre las empresas españolas y las colombianas.
- **KOIMA – Korea Importers Association – Entidad de Promoción de Corea del Sur**
Cooperación conjunta para facilitar todo tipo de intercambio comercial, industrial y técnico entre los industriales colombianos y surcoreanos.
- **Kaznex Invest – Agencia Nacional de Exportaciones e Inversión de Kazajistán**
Promover el apoyo mutuo en beneficio entre Colombia y Kazajistán.

Frutas tropicales de Colombia





RECONOCIMIENTOS:

ProColombia, un referente de promoción en América Latina

ProColombia fortaleció la forma de hacer promoción. La constante evolución de la entidad, adaptándose a los desafíos de la economía mundial y a las necesidades de los empresarios nacionales, ratificó su posición como referente internacional y la hizo merecedora de diversos reconocimientos mundiales.

Entre las 15 mejores empresas para trabajar. Según el *ranking 2015*, publicado por el *Great Place to Work Institute*, la organización se ubicó entre las 15 mejores empresas para trabajar en Colombia en la categoría de hasta 500 colaboradores. Por cuarto año consecutivo, ProColombia está entre las mejores empresas para trabajar en el país.

Mejor Oficina de Turismo de Suramérica. Durante el *World Travel Awards 2015*, capítulo Latinoamérica, ProColombia recibió este reconocimiento por triplicar su promoción turística internacional en el último lustro, llevar las experiencias únicas que ofrece Colombia a 51 países de Asia, Europa y América, y lograr que regiones que antes no contaban con una oferta ajustada a la demanda exterior la tengan, como Nariño, Huila, Meta, Vichada y Caquetá.

Mejor Organización de Promoción de Exportaciones de Países en Desarrollo, por el *International Trade Centre - ITC en los TPO Network Awards Dubái 2014*. La iniciativa galardonada fue el PSM 2.0 (ProColombia Selling Methodology 2.0), la cual permite a los empresarios desarrollar y adecuar su oferta para el mercado internacional, según tendencias y requerimiento de los consumidores.

Primer lugar en el ranking FDI Online Marketing Index (OMIX) 2014 América Latina, elaborado por la firma española Geovadis, en el cual se premiaron las mejores herramientas virtuales para promover las oportunidades para potenciales inversionistas.

Premio Alimara en la categoría de Destino, por la presentación de la campaña "*Colombia es Realismo Mágico*", durante la Feria Internacional de Turismo de Madrid, FITUR 2014.



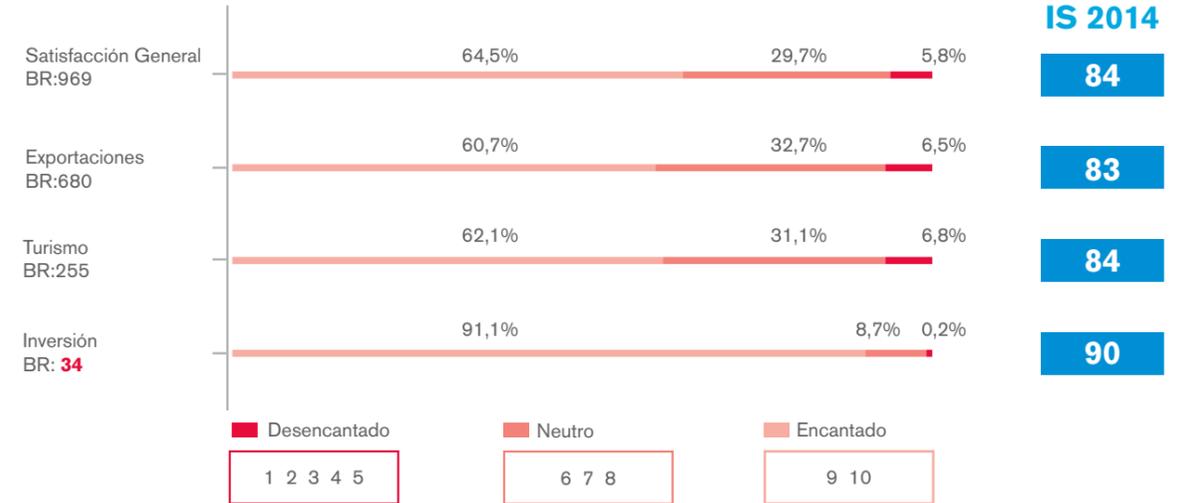


LA SATISFACCIÓN DE NUESTROS CLIENTES

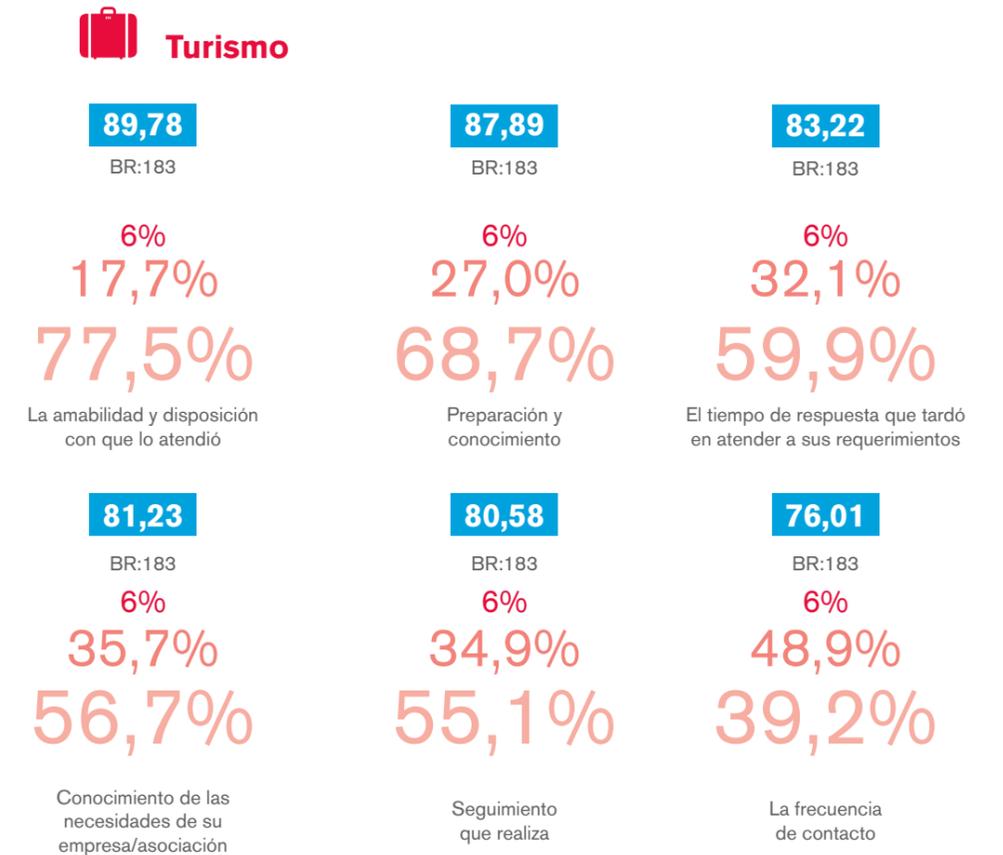
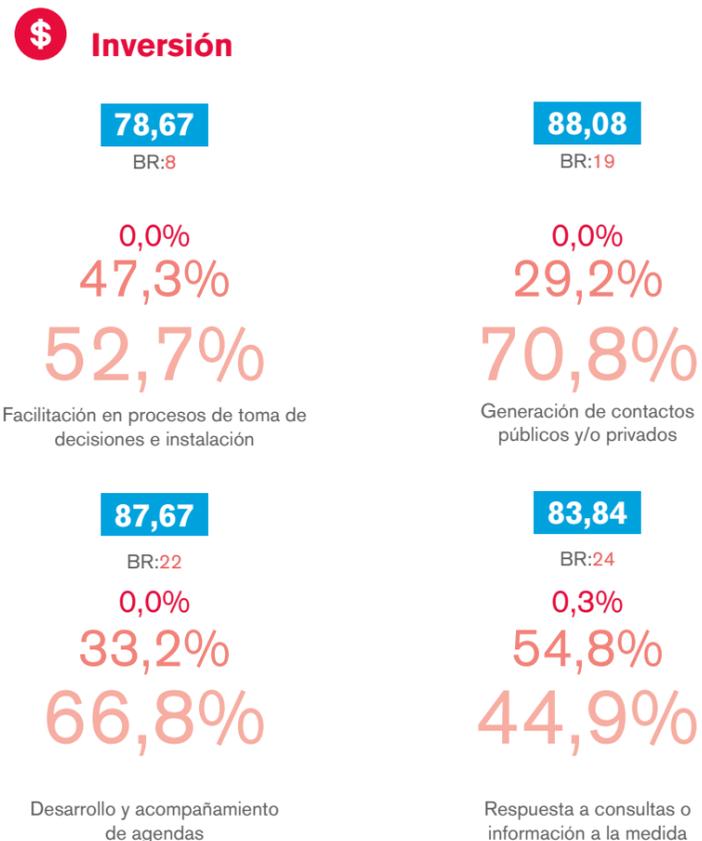
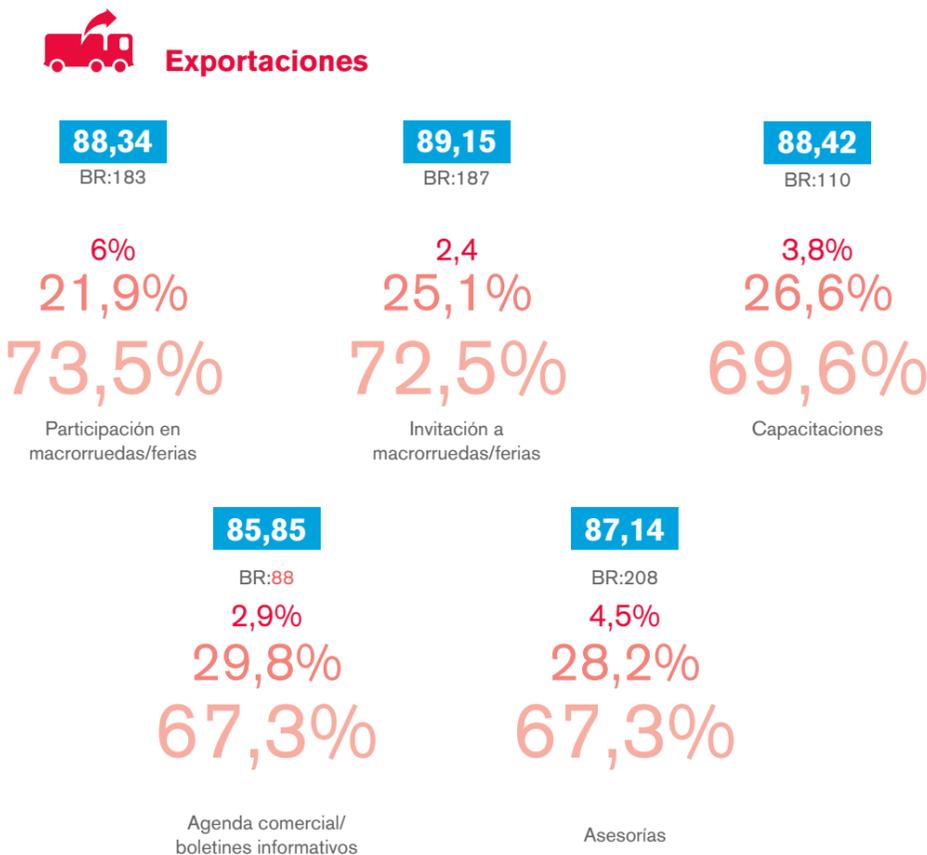
Nueve de cada diez empresarios atendidos califican como excelente el trabajo de la entidad

Nuestra política es ofrecer un excelente nivel de calidad en la prestación de nuestros servicios. Por esta razón, la organización busca constantemente la retroalimentación de los clientes, a través de encuestas de satisfacción y mediante evaluaciones que se realizan una vez finalizada la prestación de un servicio.

Los resultados de la encuesta de satisfacción 2014-2015, realizada por la firma Yanhaas, se presentan a continuación:



RESULTADOS DE LA SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS





QUEJAS Y RECLAMOS

ProColombia cuenta con un mecanismo para el manejo de quejas y reclamos, que permite registrar y hacer seguimiento a las comunicaciones que en esta materia presentan los empresarios. Las herramientas empleadas para canalizar las quejas, reclamos y reconocimientos son las siguientes:

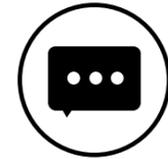
Medios externos



Línea de atención
contact center:
(01) 900 33 10021



Página web:
www.ProColombia.co



Chat en línea:
<http://190.85.49.91/proexport/natural.php>
<http://190.85.49.91/proexport/juridica.php>

Medios internos

Por medio de cualquier funcionario de ProColombia, de forma verbal o escrita; para ello, la organización cuenta con un encargado de quejas y reclamos en cada área, quien es responsable de canalizar ese tipo de solicitudes de la forma más adecuada.

Durante el **2014**
se presentaron:



84
reconocimientos



6
reclamos



3
quejas

Durante el **2015**
se presentaron:



87
reconocimientos



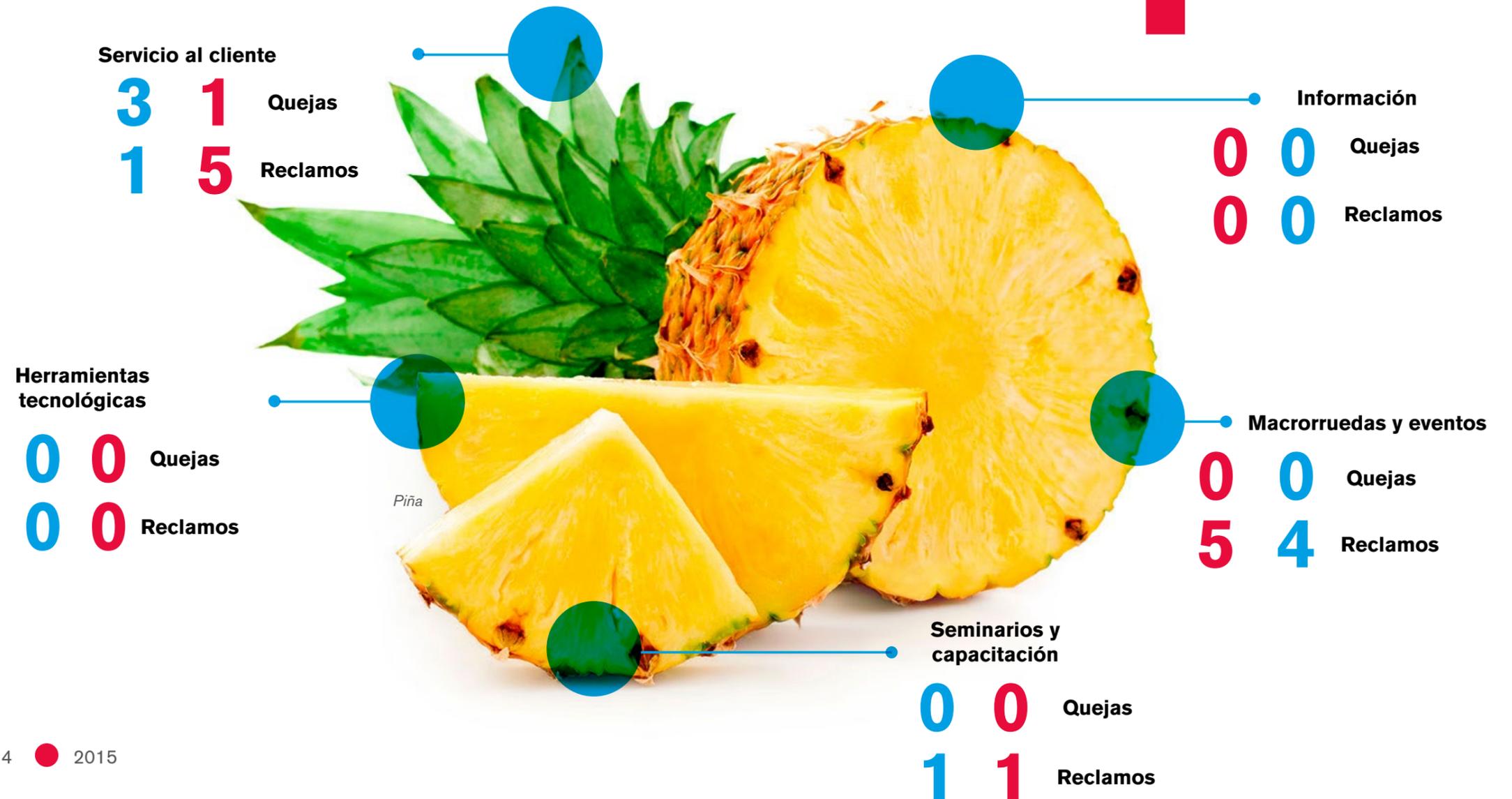
11
reclamos



1
queja

Las quejas y reclamos presentados se categorizaron con un efecto entre medio y bajo, y el promedio de días de respuesta fue de 8 en el 2014 y 10 en el 2015, cumpliendo con la meta establecida de 15 días.

Las quejas y reclamos se tipificaron bajo las siguientes categorías:



● 2014 ● 2015



**3 | NUESTRA GESTIÓN
SOSTENIBLE**





PROCOLOMBIA LE APUESTA A LA SOSTENIBILIDAD

ProColombia está comprometida en contribuir al crecimiento sostenible del país. Este desafío se materializa y consolida en la práctica desde diferentes escenarios, en busca de que su gestión de sostenibilidad sea cada vez más madura, transversal y estratégica.

Es así como históricamente es posible identificar una serie de pasos importantes, que han ido construyendo el camino de la sostenibilidad dentro de la entidad y en su misión con los empresarios.



Paso 1: Multiplicar entre los empresarios las buenas prácticas de sostenibilidad

ProColombia transmite a sus empresarios la importancia de las prácticas sostenibles para los negocios. La importancia que el tema adquiere en los mercados internacionales ha requerido nuevos esfuerzos desde la entidad para orientar a las empresas en busca de una oferta más competitiva y a la vanguardia de las necesidades internacionales.

Tales prácticas incluyeron la incorporación y socialización de temas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el acompañamiento que se realiza a los empresarios.



Paso 3: Alineación a la política de RSE del sector Comercio, Industria y Turismo

Producto del ejercicio de alineamiento al ISO 26000 del sector y del desarrollo de los planes de trabajo, el 15 de junio del 2012 ProColombia suscribió el Acuerdo de Intención de Responsabilidad Social del Sector Comercio, Industria y Turismo, que definió valores, objetivos y tres compromisos fundamentales.



Paso 2: Diagnóstico ISO 26000 de todas las entidades del MinCIT

La Unión Europea, mediante el Programa de Asistencia Técnica al Comercio en Colombia, promovió y financió un proceso de acompañamiento, en el cual ProColombia participó activamente y elaboró un diagnóstico de alineamiento al estándar internacional ISO 26000, que permitió identificar tanto las fortalezas como las brechas y oportunidades frente a la gestión de sostenibilidad dentro de la organización.



Paso 4: Se crea un equipo de trabajo de RSE dentro de ProColombia

Para impulsar de manera formal la gestión de sostenibilidad dentro de ProColombia, se definió un equipo de trabajo transversal a la organización, liderado desde la Secretaría General y la Vicepresidencia de Planeación. El equipo es el encargado de promover y posicionar internamente el tema de sostenibilidad, y tiene a su cargo la elaboración del respectivo reporte, con la contribución de todas las áreas de la organización.



Paso 5: Elaboración del Reporte de Sostenibilidad Gestión 2013 - GRI G4

ProColombia asumió el reto de realizar su primer informe de sostenibilidad en el 2013, con el fin de comunicar sus avances, retos y oportunidades tanto en la gestión organizacional como misional. Esta iniciativa nos convirtió en la primera agencia de promoción de América Latina en elaborar este documento, y la segunda del sector de Comercio, Industria y Turismo.



Paso 6: Análisis misional de las acciones de sostenibilidad en ProColombia

Con un diagnóstico claro de su gestión interna en sostenibilidad, ProColombia quiso avanzar aún más y decidió identificar las acciones de sostenibilidad que se desarrollan desde los ejes comerciales y transversales, con el objeto de evidenciar el nivel de conocimiento del tema, los avances y las prácticas implementadas que tiene la organización desde su gestión misional.



Paso 7: Definición y despliegue de la política de sostenibilidad de ProColombia

En el año 2015 ProColombia decidió formalizar su actuación y definir una política de sostenibilidad para enmarcar la estrategia y sus avances.

La descripción de la política define nuestras acciones a partir de tres compromisos: desde un enfoque **interno, misional y transversal**.



RETO



Guayaba verde



Implementar la política de sostenibilidad mediante la definición y aplicación de indicadores para evaluar el impacto de las acciones generadas y medir el desempeño sostenible de ProColombia.



Guacamaya Roja

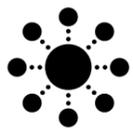


NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

ProColombia trabaja con diferentes actores que aportan a la gestión estratégica de la organización. Con los años y las nuevas responsabilidades, nuevos aliados se han sumado a nuestra misión.

Para identificar a nuestros grupos de interés se llevaron a cabo sesiones de trabajo con los líderes de las áreas de ProColombia para validarlos y describir los mecanismos de comunicación y relacionamiento con cada uno. El resultado fue la homologación de estos grupos en un listado acorde con la naturaleza de la organización, así:

» Instancia de involucramiento



Otros entes de promoción

- » Reuniones
- » Correos electrónicos
- » Llamadas telefónicas



Proveedores

- » Reuniones
- » Correos electrónicos
- » Llamadas telefónicas
- » Portales



Entidades gubernamentales y diplomáticas

- » Reuniones y eventos
- » Correos electrónicos
- » Llamadas telefónicas
- » Portales
- » Brochures y catálogos
- » Capacitaciones



Consultores externos y expertos

- » Reuniones
- » Correos electrónicos
- » Llamadas telefónicas
- » Portales



Medios de comunicación

- » Reuniones y eventos
- » Correos electrónicos (masivos y uno a uno)
- » Llamadas telefónicas
- » Chats
- » Foros
- » Publicaciones
- » Visitas y reuniones con medios de comunicación nacionales y extranjeros
- » Contenidos
- » Ruedas de prensa: por parte de los voceros de ProColombia



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

- » Reuniones y eventos
- » Correos electrónicos
- » Llamadas telefónicas
- » Portales
- » Documentos
- » Informes
- » Programas
- » Plan Estratégico Sectorial - PES
- » Centros Integrados de Servicio - MiCITios



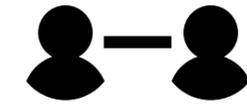
Colaboradores

- » Reuniones (de todo el equipo, directivas de áreas de proyectos de alineación y de consolidación de equipo)
- » Correos electrónicos
- » Llamadas telefónicas
- » Intranet corporativa
- » Boletín electrónico
- » Universidad ProColombia
- » Capacitaciones
- » Seminarios
- » Encuestas de clima laboral
- » Evaluaciones
- » Red del conocimiento (herramienta para el trabajo en grupo y compartir conocimiento a través de una red de expertos)



Comunidad empresarial

- » Reuniones y eventos en el país o en el exterior
- » Llamadas telefónicas
- » Correos electrónicos
- » Newsletter - Actualidad empresarial
- » Cartillas - Revistas de oportunidades
- » Brochures y catálogos
- » Periódicos de oportunidades
- » Medios de comunicación
- » Portales
- » Capacitaciones
- » Seminarios virtuales y presenciales
- » Actividades de promoción
- » Centros de información
- » Call Center y chat
- » Redes sociales
- » Blogs
- » Aplicaciones móviles
- » Medios externos para quejas y reclamos
- » Encuestas
- » Centros Integrados de Servicio - MiCITios



Gremios y aliados

- » Reuniones y eventos
- » Correos electrónicos
- » Llamadas telefónicas
- » Newsletter - Actualidad empresarial
- » Cartillas - Revistas de oportunidades
- » Brochures y catálogos
- » Periódicos de oportunidades
- » Medios de comunicación
- » Portales
- » Capacitaciones
- » Seminarios de divulgación
- » Actividades de promoción
- » Aplicaciones móviles
- » Entrevistas
- » Centros Integrados de Servicio - MiCITios



Claveles colombianos



Es importante destacar otros espacios que hemos generado y en los que formamos parte con nuestros grupos de interés. Muchos de estos mecanismos o escenarios se caracterizan por tener articulados diferentes aliados:



Seminarios de divulgación de oportunidades comerciales, con cubrimiento regional, gracias a la articulación con entidades regionales aliadas y la transmisión por *streaming*.



Reuniones con aliados estratégicos y empresarios, en el marco de eventos especializados, con el propósito de intercambiar conocimientos y oportunidades.



Desarrollo de herramientas digitales para divulgar beneficios e incentivos para el crecimiento empresarial.



Participación activa en mesas de trabajo especializadas de los gremios para discutir temas de interés común, entre los cuales está la promoción internacional.



Escenarios de involucramiento con gremios y aliados del país para conocer sus estrategias y generar sinergias.



Trabajo articulado con otras agencias de promoción, para establecer planes de trabajo conjunto gracias a las diferentes alianzas nacionales e internacionales.

Si bien, como se evidenció en el anterior informe de sostenibilidad, nuestros grupos de interés son los mismos para los diferentes ejes de gestión, es importante recalcar que cada uno tiene una composición y mecanismos de diálogo y relacionamiento diferentes, de acuerdo con las estrategias en exportaciones, inversión y turismo.



Construimos relaciones sólidas con nuestros grupos de interés

1

Relaciones basadas en la ética y que reflejan los valores de la organización: **compromiso con Colombia, vocación de servicio, confidencialidad, integridad, respeto, trabajo en equipo, calidad y sostenibilidad.**

2

Relaciones perdurables e integrales, que expresan el compromiso que tenemos en nuestra misión y objetivos con el país.

3

Instancias de involucramiento a diferentes niveles, que articulan el trabajo de acuerdo con cada grupo de interés y área de negocio en ProColombia.

4

Mecanismos y generación de espacios que motivan el intercambio de información, conocimiento, aprendizaje, estrategias y sinergias.

5

Creación de valor conjunta entre la organización y los grupos de interés.



Retroalimentación de nuestros grupos de interés

La retroalimentación con los grupos de interés es fundamental para ProColombia; por esto, consideramos clave generar escenarios en donde esta pueda darse.

Entre los años 2014 y 2015 hicimos la retroalimentación de nuestro primer informe de sostenibilidad, un espacio de diálogo que nos permitió conocer de primera mano la percepción, sugerencias y expectativas de algunos grupos de interés sobre nuestra gestión. De igual forma, proporcionó importantes lineamientos para el desarrollo de este nuevo informe.

El **95%** de los empresarios encuestados consideraron que **“para una organización es importante y favorable contar con un informe de sostenibilidad”**. Este resultado valida la importancia de divulgar información oportuna y de calidad para nuestros grupos de interés sobre la gestión sostenible de la entidad.

¿Cómo fue el proceso de retroalimentación?

- 1 Se definieron los grupos de interés que participarían en el proceso (los participantes fueron escogidos con un criterio de independencia, en el que primó la diversidad de opinión).
- 2 Se identificaron los mecanismos de retroalimentación idóneos, de acuerdo con cada grupo definido.
- 3 Se valoraron las respuestas utilizando escalas cuantitativas e información cualitativa.
- 4 Se tabularon y consolidaron los resultados obtenidos.
- 5 Se sistematizaron las recomendaciones finales.

Para este proceso de retroalimentación se definió convocar a cuatro grupos de interés:



Comunidad empresarial



Proveedores



Aliados



Colaboradores

La participación en este primer ejercicio de retroalimentación tuvo los siguientes resultados:

Más de **150**

participantes hicieron parte del proceso de diálogo, entre los cuatro grupos seleccionados.



Pitaya Amarilla

La información recopilada permitió identificar con claridad los principales aspectos de mejora para el informe y captar con detalle sugerencias de gestión para la organización.

y se consideró que para el siguiente informe de sostenibilidad se abordararan instancias adicionales. Los participantes fueron escogidos de forma aleatoria, siguiendo los criterios mencionados.

Posteriormente se estructuró una encuesta, que sirvió como base para los mecanismos de retroalimentación escogidos para cada grupo de interés, de acuerdo con su capacidad de respuesta. Se realizaron entrevistas, grupos focales y encuestas *online*.

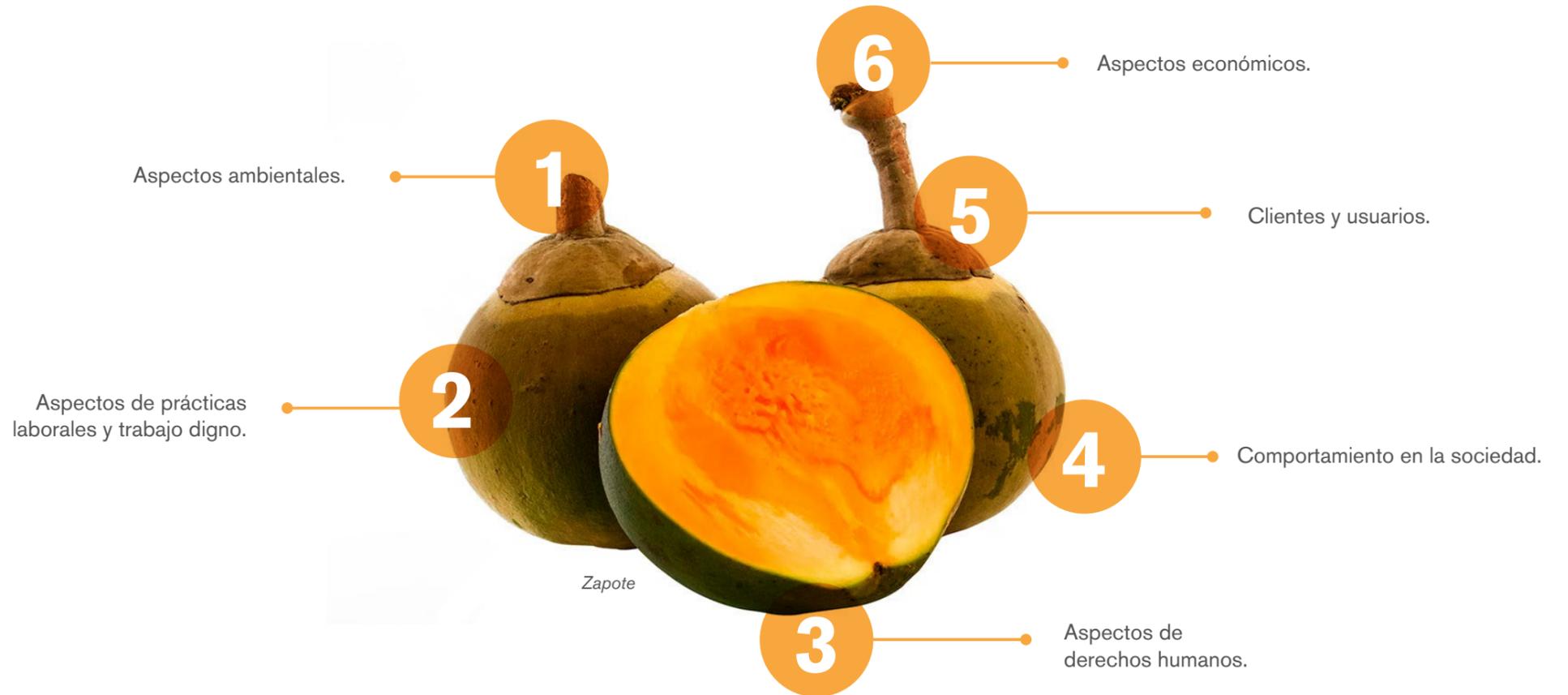


LA DEFINICIÓN DE LOS ASUNTOS MATERIALES

La identificación de los asuntos materiales en ProColombia se alimenta de tres escenarios fundamentales: la gestión estratégica de la organización, los intereses y expectativas de los grupos de interés, y los temas de sostenibilidad relevantes para el contexto de la promoción del país. En ese marco, para el reporte del 2013 se puso en marcha un ejercicio de materialidad, cuya metodología y resultados se describen en el informe anterior, en el que fueron clasificados en materialidad alta, media y baja.



Se definieron temas materiales frente a seis aspectos:



Para el desarrollo del **Informe 2014-2015** se utilizó el mismo ejercicio de materialidad anterior, para dar continuidad al trabajo avanzado en temas de sostenibilidad.

Ver en: <http://rse.ProColombia.co/nuestro-primer-informe-de-sostenibilidad.html>





GOBIERNO CORPORATIVO

comprometido con la transparencia y los derechos humanos

ProColombia es un patrimonio autónomo vinculado al Ministerio de Comercio Industria y Turismo, administrado por la Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior (Fiducoldex), que asume las labores administrativas, financieras y jurídicas de la organización. Es así como la entidad trabaja de manera integral para llevar a cabo herramientas que le permiten actuar de forma transparente.

El gobierno corporativo de ProColombia es un instrumento fundamental, en el cual se generan políticas y se toman decisiones que permiten poner en marcha una gestión transparente e idónea.

ESTRUCTURA DEL GOBIERNO CORPORATIVO

Junta Asesora

La Junta Asesora es el 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.



Miembros de junta principales



Cecilia Álvarez-Correa Glen
Ministra de Comercio, Industria y Turismo



Alberto Velásquez Echeverri
Representante del Presidente de la República



Luis Fernando Castro
Representante del Banco de Comercio Exterior de Colombia - Bancoldex



Juan Camilo Nariño Alcocer
Representante del sector privado



Gonzalo Córdoba Jaramillo
Representante del Presidente de la República

Miembros de junta suplentes*



Viceministro de Comercio Exterior
Suplente del Ministro de Comercio, Industria y Turismo



Javier Díaz Molina
Suplente del representante del sector privado



Martín Carrizosa
Suplente del representante del Presidente de la República



Eduardo Visbal Rey
Suplente del representante del sector privado

* Fiducoldex participa con voz pero sin voto.



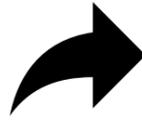
Junta Asesora

100%

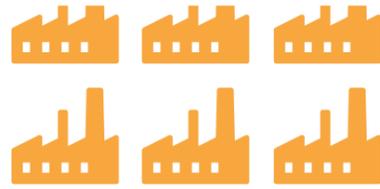
de los miembros de la junta son ejecutivos con más de 20 años de trayectoria en temas estratégicos para la promoción de exportaciones, inversiones y turismo.



60%



de los integrantes trabajan en el sector privado.



70%

de los integrantes han permanecido en el cargo desde el 2010.



La Junta Asesora es presidida por la Ministra de Comercio, Industria y Turismo, y se reúne en forma periódica para asesorar, recomendar y decidir sobre los temas relevantes de la misión, la estrategia, los planes de acción y los recursos. Las decisiones son consignadas en libros de actas.

Además, ProColombia participa en:

 Junta Directiva de Artesanías de Colombia

 Consejo Empresarial de la Alianza del Pacífico

 Comité Directivo del Fondo Nacional de Turismo - FONTUR

 Consejo Consultivo de la Industria Turística

 Comité de Turismo, Paz y Convivencia

 Junta Directiva de Corporación Colombia Digital

 Comisión Intersectorial de Exposiciones Internacionales

 Comité SIFAI - Sistema de Facilitación de Atracción de Inversión

 World Economic Forum - WEF

 Entre otros

 Junta Directiva de Corporación Colombiana Internacional - CCI

 Comisión Intersectorial de Zonas Francas

 Miembro Platinum The Florida Caribbean Cruise Association - FCCA

 Miembros afiliados de la Organización Mundial de Turismo



LA TRANSPARENCIA COMO RECTORA DEL COMPORTAMIENTO EN PROCOLOMBIA

Teniendo en cuenta la naturaleza de ProColombia, contamos con diferentes mecanismos que están interrelacionados, desde la Fiduciaria y en el interior de la organización, los cuales nos permiten contar con estándares éticos y de buen gobierno, que afianzan el compromiso con nuestros grupos de interés de construir relaciones de confianza sólidas y a largo plazo.

Los mecanismos con los que contamos son los siguientes:



Como resultado de este esfuerzo y el compromiso de todos los integrantes del equipo ProColombia, podemos señalar satisfactoriamente que durante el 2014 y el 2015 no se presentó ningún incidente de corrupción.



PROMOCIÓN EN DERECHOS HUMANOS, un trabajo interno

Durante el **2014** ProColombia participó activamente en la construcción de la Política Pública de Derechos Humanos del sector de Comercio, Industria y Turismo, por medio de la cual se enmarcaron los lineamientos dirigidos a contribuir al desarrollo económico y sostenible del país, y así garantizar equidad y respeto de los derechos humanos.

En este ejercicio ProColombia logró lo siguiente:

Participación en escenarios de capacitación y discusión, con el propósito de conocer y definir acciones concretas de derechos humanos frente a las exigencias de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico - OCDE.

Ratificar el compromiso con la protección y respeto de los derechos humanos, mediante los principios de equidad y transparencia.

Entender nuestro papel dentro del enfoque de los derechos humanos y la manera de implementarlos y promoverlos en ProColombia.



En el año **2015**, ProColombia fue incluido en el Plan Nacional de Derechos Humanos, como parte de las líneas de acción y compromisos adquiridos a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, lo cual ratifica las acciones que la entidad actualmente realiza en materia de derechos humanos, tanto dentro de la organización como en la promoción de las exportaciones, inversión y turismo.

Acciones de ProColombia en derechos humanos:

- 1 Promovemos el trato digno y respetuoso, equitativo y tolerante, un buen ambiente laboral y oportunidades de crecimiento, premisas que se encuentran consignadas en el código de ética de la organización.
- 2 Contamos con un Comité de Convivencia Laboral, en el cual se identifican y analizan situaciones de acoso laboral que vayan en contra de los derechos humanos de nuestros colaboradores.
- 3 Mediante nuestros programas de gestión humana protegemos el derecho de los colaboradores, generando acciones enfocadas a crear un mejor ambiente laboral, a través de capacitaciones a los líderes, y planes de bienestar.
- 4 Tenemos políticas de contratación tendientes a la protección de los derechos humanos, entre las que se encuentran: el rechazo a la explotación infantil y los trabajos forzosos, así como la exigencia y seguimiento en el cumplimiento de los pagos parafiscales.
- 5 Como parte del trabajo conjunto que realizamos con los empresarios, promovemos el respeto por los estándares en materia de derechos humanos.

De acuerdo con la encuesta de clima laboral realizada en el 2014 por la firma Great Place To Work, el **76%** de los **colaboradores** tienen una percepción **positiva** sobre la equidad en la remuneración, **la justicia** en el trato y **la capacidad de apelación** en **ProColombia**.



NUESTRA CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO ECONÓMICO DEL PAÍS

A pesar de la incertidumbre que en el 2015 rodeó a la mayoría de economías a nivel global, Colombia es un país que se ha destacado por su excelente estabilidad y desempeño macroeconómico.

Resultado en términos de PIB



3,1%
crecimiento en
el año

por encima del
promedio del mundo

2,4%

y de la región

-0,3%

Convierten a Colombia en una de las economías con los mejores pronósticos de crecimiento. Según el Fondo Monetario Internacional, el país crecerá a una tasa de **2,5% en el 2016**, ocupando el segundo puesto dentro de las economías más grandes de la región.

Este comportamiento económico se ve respaldado por avances importantes en términos de competitividad y de consumo. Durante el 2015, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) completó a Colombia la aprobación de 16 de 23 comités necesarios para otorgar al país la membresía plena. Por su parte, el Banco Mundial reconoce a Colombia como la economía de la región con el mayor número de reformas positivas en el ambiente de negocios de la última década.

Resultados en términos de población y potencial de consumo

Durante el año, el país logró que



30,5%

de sus habitantes
lograron ser parte de la
clase media

superando por
primera vez el
porcentaje en
términos de
pobreza.

Se estima que para

2020 > **37%**
(19 millones de habitantes)

2025 > **46%**
(24,7 millones de habitantes)

hagan parte
de la **clase
media**

Estos pronósticos se sustentan, entre otros aspectos, en el hecho de que en el 2015, las políticas del Gobierno Nacional y el apoyo a las oportunidades empresariales lograron por tercer año consecutivo ubicar la tasa de desempleo por debajo de dos dígitos, cerrando en 8,9%, lo cual significó una disminución de 0,2% con respecto al 2014.

Resultado en términos sectoriales

Mientras en el 2015 el crecimiento estuvo jalonado principalmente por el buen comportamiento de la actividad financiera y comercio, restaurantes y hoteles.

2016, se proyecta como el año del crecimiento de

la industria y la construcción, con estimaciones de **8,0% y 3,8%, respectivamente**. Sectores donde claramente ProColombia tiene una incidencia directa e indirecta, a través del acompañamiento y orientación de oportunidades empresariales en las esferas comerciales, de turismo e inversión.

Resultado en términos comerciales

El flujo de bienes y servicios total de Colombia con el mundo creció casi cuatro veces en los últimos diez años.

En el 2015



Exportaciones > **US\$35.690**

Importaciones > **US\$54.057**

el país registró

US\$12.108 > millones de Inversión Extranjera Directa (IED) entrante

70% > destinada a sectores diferentes a petróleo y minería

Los sectores con mayor participación fueron:

- industria manufacturera (28,3%)
- servicios financieros y empresariales (24,7%)
- comercio, restaurantes y hoteles (21,8%)
- construcción (8,9%)

La inversión directa de Colombia en el exterior alcanzó **US\$4.218 millones**, destinados principalmente a los sectores de comercio, restaurantes y hoteles (37,4%); petróleo y minería (33,6%); electricidad, gas y agua (20,5%); servicios financieros (10,1%), y manufacturas (10%).

En diciembre del 2015, Colombia registró

1.082
frecuencias internacionales
directas por semana



contactando
43
destinos
internacionales

Además, 24 aerolíneas internacionales operan en el país. De acuerdo con Migración Colombia, en el 2015 llegaron al país **2.288.342 viajeros residentes en el exterior**, con un crecimiento de 16,3% con respecto al 2014. El 79,4% de los viajeros que visitan el país proviene de la región de América. Las principales nacionalidades de los visitantes a Colombia son: **Estados Unidos (19,5%), Venezuela (13,3%), Ecuador (6,6%), México (6,4%), Brasil (6,0%)**, entre otros.

La ocupación hotelera en el 2015 se ubicó en **55,4%**, es decir, **2,4%** por encima del porcentaje alcanzado durante el 2014.

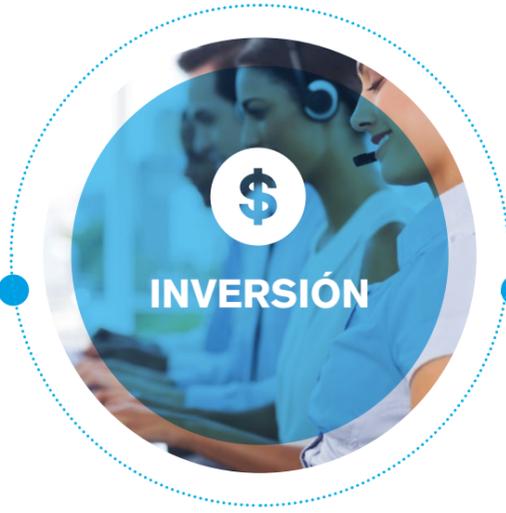


NUESTRO IMPACTO

Como producto de la gestión de promoción de las exportaciones, la inversión y el turismo internacional, nuestros logros durante el 2014 y el 2015 fueron:

76
PROYECTOS DE
INVERSIÓN

Llegaron a **16 departamentos** con la ayuda de ProColombia



16
EMPRESAS
COLOMBIANAS



8
PAÍSES

instalaron sus negocios en

En promedio al día,

6
EMPRESAS

hicieron negocios durante el 2014 y el 2015



EXPORTACIONES

211
EMPRESAS

de **17 departamentos** adecuaron sus productos con ProColombia



TURISMO

La entidad dio continuidad a los planes de promoción conjunta con

> 220
mayoristas y operadores turísticos internacionales

Entre el 2014 y el 2015

3.530.379

VIAJEROS INTERNACIONALES

de **42 países** arribaron al país, como resultado de la gestión de ProColombia.

En el 2015, por segundo año consecutivo, ProColombia logra el

100%

de cubrimiento del territorio nacional

MÁS DE
900
SEMINARIOS

con la participación de
34.628
PERSONAS

277
EVENTOS

serán realizados en Colombia, informaron los diferentes empresarios de turismo de reuniones, quienes estiman una participación de

33.207
PERSONAS

ProColombia aumentó las experiencias turísticas para atraer más turistas y más divisas para el país. La campaña *Colombia es Realismo Mágico* ha sido una herramienta importante para aumentar el impacto de la promoción turística del país.

Macrorruedas, un referente de promoción internacional

Las macrorruedas, hoy convertidas en megaeventos, también son estratégicas para la promoción de negocios en turismo e inversión. Su metodología es un referente para otros países, que se ha replicado en encuentros como los de la Alianza del Pacífico y de la CAN.



¿CÓMO ESTAMOS TRANSFORMANDO AL PAÍS?

ProColombia es el promotor de Colombia en el exterior. Con presencia en 30 países y en articulación con los equipos en Colombia y aliados estratégicos nacionales e internacionales, trabajamos con el propósito de prestarle un mejor servicio a nuestra comunidad empresarial. ProColombia contribuye a cambiar una realidad del país y apoya los sueños de empresarios que están aportando al desarrollo sostenible de Colombia.

Con un conocimiento especializado y actividades de promoción en desarrollo industrial, comercio exterior, inversión y turismo, hemos impactado en los 32 departamentos y se han beneficiado sectores, y en particular a las micro y pequeñas empresas. Nuestra propuesta ha estado encaminada a entregar acciones con valor, que no solo impacten a corto plazo, sino que sean sostenibles para el país y en el tiempo.

Por esta razón, queremos invitarlos a recorrer con nosotros algunas de estas acciones que han hecho parte de este camino de transformación:





1

PROMOCIÓN DE COLOMBIA SOSTENIBLE

Sostenibilidad para exportar más

ProColombia en su gestión de promoción no solo se ha encaminado a que empresarios o inversionistas cumplan sus objetivos propuestos, sino que entiendan la sostenibilidad como un factor de competitividad y diferencial en el país y en los mercados internacionales.

Una oferta sostenible debe estar también articulada con las tendencias de los mercados mundiales, principalmente aquellas que evidencian prácticas de responsabilidad social, normativas, certificaciones, entre otras, y que continúan en auge.

Alineado con esto, ProColombia identifica requerimientos y exigencias de la demanda para ser compartidos con los empresarios colombianos, y de esta forma incentivar el interés en aplicar buenas prácticas y el desarrollo de procesos de mejora continua, que les permitan ingresar a tales mercados y aprovechar esas oportunidades.

CASOS DE ÉXITO

Vidrios con materias primas recicladas con calidad de exportación

Vidriera Otún S.A. es una empresa dedicada a la fabricación de vidrio con materias primas 100% recicladas. Su misión, que se convierte también en su valor agregado, es aportar a la conservación de los recursos naturales y a la protección del medioambiente. Ha participado en diferentes actividades de promoción, en apoyo con ProColombia, para identificar clientes que valoren sus productos fabricados con materias primas recicladas.



Una apuesta a la tecnología para producir bolillas para desodorantes

La empresa **Molding** desarrolló su propia tecnología para producir bolillas plásticas para envases de *roll on*, que se utilizan en la industria cosmética y de alimentos. La inversión en nuevos desarrollos tecnológicos permite que sus productos utilicen menos desperdicios, sean amigables con el medioambiente y a costos competitivos. Acompañada por ProColombia, ha participado en diferentes escenarios comerciales que le han permitido competir con proveedores líderes en el mercado de su producto en el mundo.



Impulso a la exportación de ingredientes naturales para la industria cosmética

Es uno de los sectores con gran potencial en los mercados internacionales. Para fortalecerlo, ProColombia ha venido apoyando al sector con diferentes acciones, entre ellas programas de asistencia técnica, búsqueda de oportunidades comerciales e identificación de posibles encadenamientos productivos.

Las empresas del sector que han participado en las acciones de la entidad, han tenido apoyo en busca de que se certifiquen en responsabilidad social empresarial, a través del vínculo con la Cámara de Comercio de Bogotá, que cuenta con módulos para capacitar a las empresas en dichos temas, así como la certificación "Comprometerse".

De igual manera, se ha brindado acompañamiento a las empresas en los demás temas de sostenibilidad, puesto que son requisitos que exigen compradores de mercados como Brasil, Estados Unidos y Europa.

Pacto Intersectorial de Madera Legal

El sector de muebles y maderas en el país es uno de los que más pueden aportar a la sostenibilidad ambiental. ProColombia apoya este pacto (voluntario), firmado en agosto del 2011 y que tiene como objetivo asegurar que la madera extraída, transportada, transformada, comercializada y utilizada provenga exclusivamente de fuentes legales. El aporte de la entidad se ha enfocado a trabajar con empresas de productos forestales y maderas que en sus procesos demuestren hacer extracción, transporte y venta de madera legal, que no realicen tala ni tráfico ilegal de maderas nativas, que en su gran mayoría tienen alto valor comercial en los mercados internacionales.





Inversión sostenible

Apoyar el desarrollo de proyectos de energías renovables (en temas como geotérmica, solar, eólica, residuos sólidos, biomasa, entre otros) a través de la inversión y atraer el interés de multinacionales que sean ambientalmente sostenibles, han sido parte de la gestión de promoción para atraer capital extranjero. Dentro del trabajo hecho se destaca:

- Promoción de la inversión en proyectos que sustituyan la generación de energía con diésel por aquellos que utilicen fuentes renovables no convencionales en zonas no interconectadas, las cuales equivalen al 52% del territorio nacional. Actualmente 17 departamentos, 1.441 municipios y 625.000 personas generan energía con diésel.
- Promoción de la Ley 1715 del 2014, que estableció una serie de incentivos tributarios, arancelarios y contables para la generación de energía a través de fuentes no convencionales, principalmente las renovables.
- Promoción de inversión en el sector de biocombustibles (etanol y biodiésel) usados en el territorio nacional, como mezcla con combustibles fósiles para reducción de gases de efecto invernadero.
- Identificación de proyectos de infraestructura con tecnologías más limpias.

Atracción de inversión en proyectos agroindustriales (forestales MDL), con el objetivo de compensar las emisiones de CO₂ y la huella de carbono. Inversión para fortalecer el tejido empresarial

Para promover la sostenibilidad en la inversión, ProColombia no solo se enfoca en proyectos que aporten a la responsabilidad social empresarial, sino también en aquellas inversiones que contribuyen al crecimiento de las empresas colombianas y que fomentan el emprendimiento. Por esto, la atracción de Fondos de Capital Privado y Venture Capital, en pro del desarrollo de las empresas nacionales se hace importante, a través de acciones como:

- Buscar fondos de inversión interesados en los proyectos de impactos ambientales y sociales, principalmente en mercados como el Reino Unido, Suiza, Alemania y Estados Unidos.
- Afianzar la herramienta del banco de proyectos, con el propósito de ampliar la base de empresas colombianas dentro del sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) e infraestructura de turismo que estén buscando inversión para el crecimiento de sus empresas.
- Apoyar el Programa de Alistamiento Financiero. En un trabajo en conjunto con el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), se ejecutó el programa de alistamiento financiero, en el cual se prepararon 11 empresas colombianas del sector TIC durante 13 semanas, para mejorar la presentación de su servicio/producto respectivo.

CASOS DE ÉXITO

Líder alemana en energías renovables invierte en Colombia

Sowitec, de Alemania, es una de las líderes en el sector de energías renovables en su país. Se instaló en Colombia, previendo un futuro promisorio en el país para el desarrollo de proyectos de energías renovables, gracias a los recursos potenciales eólicos para la generación de energía.

Los incentivos del Gobierno para impulsar la creación de un mayor número de proyectos en energía renovable (Ley 1715), sumados al compromiso para evitar el cambio climático y la necesidad de diversificar la matriz energética por medio de fuentes limpias, entre otros factores, muestran el país como un lugar propicio para este tipo de desarrollos. Las energías renovables aún están comenzando en Colombia, por lo cual hay una gran oportunidad de crecer.



Energía hidráulica beneficiará a productores de arroz del Huila

Smart Hydro Power, empresa enfocada en el desarrollo y aplicación de generación de energía hidráulica utilizando energía cinética (sin necesidad de construir presas), instala un proyecto piloto en asociación con la empresa colombiana ENERA SAS y la Agencia Alemana de Energía (DENA).

El proyecto se realizará en las empresas arroceras de Neiva, Huila. En esta región, se busca que utilicen esta nueva tecnología en lugar de bombas diésel y reducir en un 50% el costo de producción.

Proyectos de inversión para reducir la huella de carbono

Como resultado del acompañamiento que ProColombia brinda a los inversionistas extranjeros y como parte de un programa mundial, una importante empresa europea del sector farmacéutico desarrolla un proyecto para captar un alto porcentaje de emisiones de CO₂, a través de la siembra de árboles en un área de 900 a 1.000 hectáreas en el departamento del Meta, durante una primera etapa.

Este proyecto no solo trae beneficios que impactan positivamente el medioambiente, sino que además genera empleo en la región y contribuye al cuidado de la biodiversidad.





Turismo sostenible para atraer viajeros internacionales

A través del trabajo en las regiones, ProColombia busca fortalecer la industria turística apoyando la preparación de destinos y productos innovadores que motiven a más turistas internacionales a visitar a Colombia. En este sentido, se desarrollan prácticas que generen empleo en las regiones, mediante el cuidado de la biodiversidad y el sostenimiento de las comunidades que las habitan.



Colibrí

CASOS DE ÉXITO

El turismo sostenible que une a Colombia y Holanda

Unique Colombia es una empresa colombo-holandesa creada por dos jóvenes emprendedores que se proponen dar a conocer los paisajes, la riqueza natural y la diversidad cultural a través de experiencias únicas en destinos con culturas indígenas, paisajes inexplorados y variados relieves.

Su proyecto genera un importante impacto social, económico y ambiental. En la red social de turismo *Trip Advisor* se les denomina Eco-líderes, gracias a sus prácticas sostenibles, como generación de empleo para trabajadores de la región, estaciones de reciclaje, una finca sostenible con paneles solares, actividades de inclusión social con comunidades indígenas, uso de alimentos orgánicos y cultivos propios.



Pesca deportiva sin carnada genera empleo en Guanía

Tucunare Lodge promueve la pesca deportiva en las lagunas del río Inírida, del departamento de Guainía, y tiene en marcha un programa de inclusión con la comunidad indígena Sikuani. La pesca deportiva consiste en el uso de diferentes señuelos (sin carnada), técnicas y estilos, a fin de capturar peces emblemáticos de gran tamaño, para después regresarlos al agua, lo cual genera un menor impacto a las especies de la región y se convierte al mismo tiempo en una alternativa de sustento para sus habitantes.





2

ESTAMOS COMPROMETIDOS CON EL DESARROLLO DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

Más cobertura y mayor impacto

Con presencia en 19 departamentos del país (a través de 25 centros de información y ocho oficinas regionales, y en los Centros Integrados de Servicios del MinCIT), ProColombia llegó al 100% del territorio nacional; trabaja de la mano con empresarios y aliados estratégicos para potencializar las regiones como proveedoras de bienes y servicios, y como destinos para el turismo internacional y la inversión extranjera.

139 proyectos de inversión se iniciaron entre el 2014 y el 2015 en 37 municipios de 18 departamentos del país, con una proyección de generar 95.547 empleos.

Nuestro trabajo se ha enfocado en llegar a las regiones con información especializada sobre tendencias, subsectores, productos y/o servicios,

mercados y nichos. También, con seminarios de divulgación, que les permitan conocer de forma práctica temas que son relevantes para sus productos y mercados de interés, así como el acompañamiento directo a través de asesorías especializadas y capacitaciones a la medida en comercio exterior, todo esto con el fin de conocer la oferta regional, potencializar las apuestas productivas, entender las necesidades de los empresarios y generar cultura exportadora.

Entre el 2014 y el 2015 realizamos seminarios de divulgación de oportunidades a nivel nacional, que contaron con la participación de 11.789 asistentes (incluye 6.904 de forma virtual).

Entre el 2014 y el 2015, **más de 650** personas fueron capacitadas a través del programa de formación exportadora de bienes y servicios en regiones apartadas (ver los departamentos resaltados en el mapa), en diferentes temas:



 ¿Cómo convertirse en una empresa exportadora?	 ¿Cómo encontrar el mercado objetivo?	 Canales de comercialización y distribución	 ¿Cómo hacer negocios efectivos?
 Gestión del proceso exportador	 ¿Cómo participar en eventos internacionales?	 Mercadeo internacional	 Trámites y documentos para exportar
 Otros			

CASOS DE ÉXITO

Unión de productores para exportar café especial desde Huila

En un trabajo previo a partir de capacitaciones y asesorías especializadas en comercio exterior, siete asociaciones de productores de cafés especiales en Pitalito se agruparon para exportar su café. Esto generó un impacto en 459 familias de la región y 1.056 hectáreas de capacidad productiva.



Bisutería sostenible en Popayán (Cauca)

La empresa está dedicada a la fabricación y comercialización de joyería y bisutería con flores y alas de mariposa naturales, bajo criterios de biocomercio sostenible. Esta compañía ha participado en programas de formación y adecuación de ProColombia, y ha asistido a actividades de promoción comercial que le permitieron exportar por primera vez hacia Estados Unidos.



Los programas de formación exportadora capacitan de manera práctica a los empresarios, proporcionando las herramientas necesarias para dar inicio a su proceso de internacionalización, minimizando riesgos y optimizando las capacidades y habilidades de las empresas.

En turismo se trabaja en departamentos que están en proceso de desarrollo turístico, como Chocó, Casanare, Vichada, Caquetá, Guaviare, La Guajira, Amazonas, Putumayo y Guainía. Allí se brinda información y capacitaciones a la medida para que las regiones conozcan los aspectos más relevantes para poner en marcha un producto turístico, y hacerlo de forma apropiada y sostenible.

Así mismo, desde la formación y asesoría estamos comprometidos a que más personas conozcan las oportunidades de negocio y cómo trabajar para aprovecharlas. Queremos transferir el conocimiento con el que contamos, y en doble vía conocer también su visión y experiencia de la oportunidad. Por esta razón, en alianza con cerca de 68 universidades en Colombia, nos acercamos desde la academia a los futuros jóvenes empresarios del país, para estimular a través de charlas la generación de cultura exportadora e incentivar su visión internacional. En el 2014 y el 2015 más de 7.000 estudiantes participaron de estas capacitaciones.

Temas como:



> El diseño, innovación y creatividad en el desarrollo de paquetes y productos turísticos



> La planificación estratégica del turismo naturaleza



> La legislación turística aplicada



> El relacionamiento con las agencias de viajes y de turismo



> En el 2014 y el 2015 alrededor de

569
personas

de comunidades vulnerables se beneficiaron de los programas de formación exportadora



> Alianza con **68** universidades

> En el 2014 y el 2015 más de **7.000** estudiantes participaron en capacitaciones





Cierre de brechas para el desarrollo de la oferta colombiana

A nivel regional, nos interesa también que las empresas no solo se capaciten, aprendan y se asesoren, sino que trabajen en conjunto con nosotros para cerrar aquellas brechas que juntos hemos identificado para que la oferta sea competitiva. Los programas de adecuación se han convertido en una herramienta indispensable que responde a las necesidades de los departamentos, de acuerdo con sus apuestas locales. Algunos de estos programas son:

Programas de adecuación

- **Programa de implementación de sistemas de gestión de calidad.** A través del trabajo entre ProColombia, empresas y expertos, se valida en qué instancia se encuentra la empresa respecto a los estándares de calidad exigidos para el ingreso de alimentos a mercados internacionales.

Mediante un sistema de gestión de calidad, como el HACCP (Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos), se identifican dentro del proceso productivo los riesgos de contaminación de los productos y se establecen las medidas de control para garantizar la salubridad del producto final. También, las oportunidades en el manejo adecuado a los residuos sólidos, líquidos y de los desperdicios que se producen y que afectan al medioambiente.

- **Programa de adecuación de imagen corporativa,** que constituye una herramienta clave para comunicar a los mercados internacionales los valores agregados en sus productos, sus procesos, su impacto en la comunidad circundante, su diferenciación en calidad, nuevos diseños e historias que existen detrás de cada producto.

Con el programa de implementación de sistemas de gestión de calidad, en ProColombia **apoyamos a los empresarios a que tengan negocios permanentes y constantes con sus clientes,** puesto que está en capacidad de garantizar una proveeduría que cumple los estándares de inocuidad y calidad exigidos por el mercado internacional.



- **Programa de modelación de costos de exportación,** que les permite a las empresas definir los costos reales de su producción y de la Distribución Física Internacional (DFI). Les ayuda a tomar decisiones asertivas al momento de presentar su oferta exportable a un potencial comprador internacional.

CASOS DE ÉXITO

El té de Antioquia que toman los estadounidenses

La empresa **Functional Beverage Company,** bajo la marca **HATSU,** desarrolló con ProColombia un trabajo conjunto, con miras a la implementación de un plan HACCP. Además, adecuó técnicamente el producto para introducir la marca al mercado estadounidense, lo que implica un cumplimiento de las exigencias de la FDA (*Food and Drug Administration*). Actualmente la marca hace su expansión internacional en países como Guatemala, Chile, Costa Rica, Panamá, El Salvador y Aruba.

HATSU se convirtió en un referente de emprendimiento internacional, siendo una marca construida con convicción, visión y perseverancia. Su proyección es indudable y es un mensaje para quienes hoy generan nuevos proyectos.

Las buenas prácticas para exportar frutas tropicales

B.C.B. Exportaciones S.A.S. es una empresa del sector agroindustrial, con una trayectoria de 42 años de experiencia en la producción, comercialización y exportación de frutas tropicales. En conjunto con ProColombia, esta compañía trabajó en la adecuación de costos de exportación, cambiarios y aduaneros, y estándares de buenas prácticas agrícolas que la han permitido participar en actividades comerciales de gran impacto. En la actualidad exporta hacia Estados Unidos.





Experiencias vivenciales que crean valor

ProColombia ha generado distintos escenarios de conocimiento, para que el empresario esté al tanto del mercado, adecue y valide su oferta; de estas experiencias pueden hacer parte los empresarios, a través de las misiones exploratorias. Estas agregan valor a la empresa al conocer de primera mano las exigencias de los compradores, así como las principales tendencias del mercado.

Este espacio se ha convertido en un medio para que las empresas y productores comprendan de forma real el mercado exterior, hagan acercamientos comerciales e incluso puedan conseguir aliados o cooperantes para apoyar una idea de negocio que les permita llegar más rápido al mercado externo con precios justos, en un modelo en el que gane toda la cadena implicada.

Las misiones exploratorias agregan valor a la empresa al conocer de primera mano las exigencias de los compradores, así como las principales tendencias del mercado.

Durante el **2014 y 2015**

se realizaron

13

misiones exploratorias en

8

países

en las cuales participaron

132

empresas colombianas



1 Estados Unidos

2 Canadá

3 México

4 Guatemala

5 Ecuador

6 España

7 Francia

8 Alemania

CASOS DE ÉXITO

El café orgánico de Santander que importa Japón

Café La Pradera se dedica a la producción de café orgánico certificado. En conjunto con ProColombia y a través de programas de formación, en alianza con la Federación Nacional de Cafeteros, esta empresa aumentó su conocimiento y competitividad. Participó también en la misión exploratoria en Seattle (Estados Unidos), en el marco de la feria especializada SCAA (Specialty Coffee Association of America). Actualmente realiza exportaciones indirectas a Kioto (Japón), a través de Sustainable Harvest.





3

CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO ECONÓMICO DEL PAÍS MEDIANTE LA DIVERSIFICACIÓN

Más mercados y nichos para aumentar las exportaciones

Como parte del trabajo de promoción que realiza ProColombia en conjunto con los empresarios, se identifican oportunidades comerciales, mediante la diversificación hacia nuevos mercados, nichos y productos, estrategia con la cual se logra impulsar el crecimiento económico nacional, haciendo que compradores de diferentes lugares del mundo reconozcan las ventajas de hacer negocios con Colombia.

En el
2014

Se generaron
19.225
nuevas oportunidades para los
exportadores colombianos.

4.632
Compradores de 112 países,
quienes hicieron negocios con
2.207
empresas colombianas.

En el
2015

ProColombia recibió información de
19.202
posibilidades de ventas, con 5.515
compradores internacionales.

2.289
empresas colombianas de 22
departamentos lograron exportar a
123 países.

CASOS DE ÉXITO

Quínua instantánea que llega a Emiratos Árabes

Factoría Quínua. Es una compañía bogotana con presencia en el Valle del Cauca, dedicada a producir y procesar quínua instantánea. A partir de su creación en el 2009, la empresa ha participado en varios programas de exportación, y junto con ProColombia llegó a países como Suiza, Emiratos Árabes Unidos, EE. UU., Grecia y Tailandia.



Coolfish amplía su mercado en Estados Unidos

Esta empresa, ubicada en el Huila, exporta tilapia hacia Estados Unidos. Una vez encontró la oportunidad de expandirse en ese país, por la gran acogida del alimento, decidió en el 2015 abrir oficinas y centro de distribución en Florida. La compañía va a establecer una sociedad en ese estado, con el fin de atender el mercado del país desde esa locación; actualmente ya tienen adelantado el proceso de creación de la empresa en Miami y están trabajando en generar las licencias necesarias para lograr una empresa operativa.



La apuesta a la innovación de Penagos Hermanos

Penagos Hermanos es una empresa santandereana del sector metalmecánico, con más de 125 años de fundada, que produce soluciones integrales para el sector del café y otros sectores de la agricultura. Exporta a más de 40 países alrededor del mundo, en los 5 continentes, y ha logrado una gran imagen de marca gracias a la calidad de sus equipos, confiabilidad y experiencia en el sector. Ha recibido varios premios por su esfuerzo exportador, por su innovación y participación en la industria santandereana.

La expansión de los vestidos de baño colombianos

Agua Bendita. Exporta vestidos de baño y accesorios, reconocida por sus altos estándares de diferenciación e innovación. Llega a cuatro continentes: África, América, Asia y Europa.



Sapia, joyería con cáscaras de naranja

Sapia se dedica a la producción y venta de productos hechos a mano, como bolsos, bisutería, decoración y artesanías. Sus artículos se caracterizan por llevar siempre una etiqueta que narra la historia del material y su lugar de procedencia, las culturas que lo trabajan y su simbología en algunos casos.

La empresa tiene un compromiso ambiental y trata en lo posible de usar la mayor cantidad de material reciclable en todos los procesos de fabricación. A través del acompañamiento de ProColombia, logró exportar a Europa y a Estados Unidos, mercados en donde incrementó sus ventas tras la entrada en vigencia del TLC. Después de varios años, hoy sigue inmersa en el mercado internacional, aumentando sus ventas y manteniendo las relaciones comerciales.





Consolidar al país como destino de inversión

ProColombia pone en marcha diversas acciones, para promover la llegada de flujos a sectores distintos a los minero-energéticos y permitir que inversionistas de diferentes países encuentren oportunidades en Colombia.

La entidad acompaña de manera integral a los inversionistas ya instalados en el país, para incentivar su expansión. En este camino ha sido importante el trabajo conjunto con las Agencias de Promoción Regionales de Inversión (APRI), con las cuales se generan sinergias para impactar en forma positiva diversos sectores en Colombia que contribuyen a la generación de empleo y aportan significativamente al desarrollo tecnológico y social del país.

2014

26

sectores en Colombia recibieron inversión extranjera de

18

países

2015

16

departamentos del país fueron atractivos para el inicio de proyectos por parte de inversionistas extranjeros provenientes de

22

países

Así mismo, ProColombia promueve y apoya los procesos de internacionalización y expansión de las empresas colombianas en el exterior, e **identifica oportunidades sectoriales en más de 28 países alrededor del mundo.**

2014

ProColombia apoyó

157

empresas colombianas

238

oportunidades de internacionalización generadas en 34 mercados

2015

ProColombia apoyó

184

empresas nuevas (64% manufactureras, 21% de servicios y 15% de agroindustria)

16

nuevos proyectos concretados de expansión internacional

CASOS DE ÉXITO

Zonamérica genera empleo en el Valle del Cauca

Parque empresarial del sector de servicios, que llegó a Colombia desde Uruguay después de crear una alianza estratégica con la empresa colombiana Carvajal S.A. Este proyecto tiene planeado generar 40 empleos directos en el departamento del Valle del Cauca, donde se realizó la inversión.

Hero instala en Colombia la primera planta que tiene fuera de India

Tras considerar sitios estratégicos como Brasil, Argentina y Centroamérica, la compañía india **Hero MotoCorp** decidió construir una planta en Villa Rica, Cauca, aprovechando condiciones como la ubicación estratégica y cercanía con el Puerto de Buenaventura, lo que representa una ventaja como plataforma exportadora para atender terceros mercados.

La presencia de Hero MotoCorp en Villa Rica, Cauca, significó la apertura de 300 puestos de trabajo en su operación, en un municipio con una población de 16.000 habitantes, que basa su economía en el cultivo de maíz y plátano. El arribo del más grande fabricante de motos del mundo significa transferencia de conocimientos, tecnología y progreso.

Colombia, destino para servicios de salud

Dentix es líder en servicios odontológicos, cuenta con la red europea de clínicas propias más grande del mundo, con más de 100 sedes. En Colombia han montado 23 clínicas, de las 30 que tenían proyectadas para su primer año, no solo en ciudades capitales, sino también en otras regiones intermedias (en total tienen presencia en 14 ciudades a nivel nacional). Su modelo de negocio busca contratar personal de la ciudad donde se establecen; entonces, la creación de empleo es también un factor importante.



Colombia, destino turístico internacional

En la búsqueda permanente por desarrollar y promover los atractivos turísticos del país, ProColombia lleva a cabo, junto con sus aliados regionales, una estrategia de diversificación, en la cual se logra visibilizar productos turísticos no convencionales; así mismo, se enfoca en posicionar a Colombia como destino de congresos, convenciones e incentivos.

2014

La promoción turística en el 2014 llegó a 32 mercados, con una oferta especializada que ha permitido promover a más regiones colombianas.

ProColombia apoyó la captación de **131 eventos**, en los que se espera que participen personas de por lo menos 23 países.

2015

Durante el año 2015, mayoristas y operadores internacionales informaron que **los viajeros internacionales** que visitaron el país, gracias a la gestión de ProColombia, **provinieron de 42 países**.

ProColombia apoyó la captación de **146 eventos**, en los que se espera que estén **28.345 participantes**.

CASOS DE ÉXITO

El Cantil: Uno de los mejores hoteles de América del Sur está en Colombia

La oferta de este hotel para turistas extranjeros, especialmente europeos, incluye avistamiento de aves, caminatas en la selva, gastronomía de la región, avistamiento de ballenas y *surf*, uno de sus productos innovadores. Reciben en promedio 720 turistas anualmente. Fue seleccionado por *National Geographic Traveler's* como uno de los mejores hoteles de América del Sur.



Ballena Jorobada del Pacífico colombiano

Ampliación de la oferta turística para recibir más viajeros internacionales

Su oferta estaba enfocada en los tours a caballo, la cual se direccionaba al mercado colombiano. Con el acompañamiento de ProColombia y el Programa de Transformación Productiva (el cual impulsa sectores estratégicos para el desarrollo del país) esta empresa adecuó el producto para que fuera más atractivo para los viajeros internacionales, en especial del mercado europeo.



Adventure Colombia

Café La Pradera es una empresa que se inició en Cartagena, enfocándose en el mercado francés. Con la orientación de ProColombia logró ampliar su oferta al mercado canadiense, con estrategias no tradicionales. Abrió oficinas en Bogotá y el Paisaje Cultural Cafetero.



Iglesia Nuestra Señora del Carmen, Guatapé.



4

NUESTRO IMPACTO A POBLACIONES VULNERABLES

Una oferta regional con identidad

Como parte de la gestión de ProColombia y con el objetivo de promover productos colombianos que sean más competitivos en el mundo, la entidad lleva en marcha programas con aliados y productores de diversos departamentos del país, para incrementar su capacidad, la calidad de sus procesos y posicionar su oferta en mercados internacionales. Como resultado de este ejercicio, ProColombia contribuye al desarrollo social de las regiones y beneficia a cientos de familias en condiciones de vulnerabilidad.



CASOS DE ÉXITO

Alianza para aumentar la calidad del cacao

Fedecacao. Con el acompañamiento de la entidad y la labor de los técnicos en campo, quienes promovieron los paquetes tecnológicos para mejorar los procesos de poscosecha, se estandarizó la calidad del cacao que se compra directamente a los productores para su exportación, y se alcanzó una oferta exportadora segura y confiable, con un grano de gran calidad.

Como resultado, se exporta hacia la Unión Europea, lo cual creó confianza en los compradores internacionales. La labor de ProColombia generó las condiciones necesarias para la exportación de por lo menos 300 toneladas de las 800 que exportó la Federación.



Más competitividad para productores de panela

Federación de Panela. ProColombia apoya iniciativas comerciales del sector panelero, que se ven materializadas en exportaciones de panela orgánica a mercados como Alemania, Corea, Estados Unidos y Japón. Como resultado de este apoyo, se logró ofrecer un producto natural con gran potencial en mercados internacionales, de modo que aumentó la competitividad y el beneficio para más de 200 familias paneleras.



El cacao en barra que beneficia a indígenas de la Sierra Nevada y Arauca

Cacao de Colombia, bajo la marca **Cacaohunters,** empresa caucana, exporta cacao procesado en barras. El producto es cultivado en Tumaco, Arauca y la Sierra Nevada de Santa Marta, e involucra a comunidades indígenas. La mayor parte de la producción se destina a Japón. Con el acompañamiento de ProColombia fueron al Salón del Chocolate en París, en el 2014, y lograron ventas importantes en ese país.



Quinua instantánea, una opción de negocio para indígenas del Cauca

Indígenas nasas, misaks, totoroos, coconucos y yanakonas, de la región del Cauca, llevan la quinua blanca de Jericó a los mercados de Estados Unidos. Con una invitación por parte de ProColombia, la empresa estadounidense Vega Products conoció la oferta de la compañía de Huila, que vio el potencial del producto y se comprometió a comprar las primeras 540 toneladas.

Este proyecto, Etnias Quinua Cauca, se trabaja en articulación con la Gobernación del Cauca, con el objetivo de apoyar a productores indígenas y beneficiar aproximadamente a 2.000 familias. ProColombia ha estado trabajando de la mano con estas comunidades indígenas, en la identificación de las brechas de la quinua, brindando apoyo técnico especializado en aspectos de costos de exportación, desarrollo de marketing, implementación de estándares de calidad, así como buenas prácticas de manufacturas y agrícolas.





Atracción de inversión para el desarrollo social

ProColombia atrae inversión extranjera directa que fortalece el desarrollo social en las regiones, no solo a través de la generación de empleo, sino que además tiene un impacto social en las diferentes comunidades donde las empresas extranjeras realizan su inversión. A continuación describimos algunos ejemplos.



CASOS DE ÉXITO

Inversión para diversificar la oferta agroindustrial

Dole (Tropics S.A.S. en Colombia) es una multinacional originaria de Estados Unidos, que formalizó su presencia en el país a través de la compra de 152 hectáreas en el municipio de Madrid, Cundinamarca, en donde se puso en marcha una planta procesadora de vegetales precortados para ensaladas.

El cultivo de los alimentos se hace de la mano de pequeños y medianos productores, a quienes se hace acompañamiento y orienta en la adopción de buenas prácticas agrícolas. A los pequeños productores, convertirse en proveedores de DOLE les asegura un mercado para sus productos y les abre las puertas para acceder a nuevos países.



La inversión que le cambió la vida a Mapiripán

La empresa italiana **Poligrow** se dedica al desarrollo de proyectos agroindustriales rentables, escalables y beneficiosos para el progreso y transformación de comunidades rurales en Mapiripán, Meta. Su enfoque en innovación social, eco-innovación e innovación energética hizo que su negocio de palma de aceite fuera inclusivo con la comunidad, responsable ambientalmente y un motor de desarrollo económico local y regional. Son los mayores empleadores de la región y suministran energía 24 horas a Mapiripán.



Aceite de Palma



Turismo desde la comunidad

Como parte del trabajo y acompañamiento que ProColombia realiza, uno de los productos turísticos que se promueven dentro de la oferta colombiana es el turismo comunitario en las diferentes regiones. El objetivo es que a través de esta oferta las empresas turísticas generen un diferenciador y valor agregado para los viajeros internacionales y se genere un impacto positivo para las comunidades donde se desarrolla.



Estatua monumental
de San Agustín

CASOS DE ÉXITO

Turismo comunitario en Quindío

Asociación Comunitaria Yarumo Blanco. Tiene a su cargo la administración del Santuario de Fauna y Flora Otún Quimbaya, y junto con Aguas y Aguas de Pereira y Parques Nacionales de Colombia, desarrollaron experiencias turísticas en armonía con la conservación del medioambiente, donde el turismo comunitario ha constituido una diferenciación significativa. El acompañamiento de ProColombia ha contribuido a que esta empresa y el destino sean cada vez más reconocidos internacionalmente como una zona de conservación y de desarrollo sostenible.



Programas ambientales que mejoran la calidad de vida en Pereira

Nature Trips Colombia. Empresa pereirana seleccionada dentro del programa PABE (Programa de Aceleramiento de Bioempresas). Trabaja en programas de conservación ambiental en destinos en donde el turismo comunitario se convirtió en un camino para mejorar las condiciones en las poblaciones de posconflicto, uno de ellos el parque nacional Tatamá. La entidad le brinda información para fortalecer su estrategia de sostenibilidad, crecimiento y comercialización de su producto, tanto dentro como fuera del país.



Turismo para mejorar el acceso al agua potable

Ecodestinos. Lidera programas de turismo y proyectos sociales en la comunidad de Moncagua, en Leticia, en los que participan viajeros y otras empresas de turismo responsable de Europa, con el propósito de generar ingresos que ayuden a mejorar el acceso al agua potable a los habitantes de la región.

Uno de los programas más significativos es el que se realiza junto con la empresa francesa Viajes Sin Fronteras, enfocado a los usos medicinales de las plantas que rodean a la comunidad, del cual se espera que se generen las primeras ventas en el segundo semestre del 2016.





Generación de oportunidades para zonas afectadas por la violencia

Trabajamos en articulación con aliados regionales en proyectos que faciliten el desarrollo de regiones afectadas por la violencia, como consecuencia de los escenarios generados por el Gobierno Nacional para la paz y el posconflicto.



CASOS DE ÉXITO

Proyectos de café especiales para recomponer el tejido social del Quindío

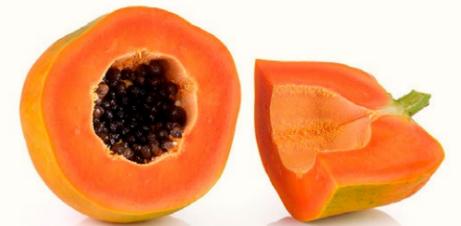
ASEMCAFÉ. La Asociación de Cafés Especiales de Filandia, Quindío, integra a 94 productores de café de 11 municipios del departamento del Quindío, entre los que se encuentran tres comunidades refugiadas por la violencia, una comunidad indígena y seis asociaciones de pequeños productores, con impacto en 350 hectáreas de cultivo de café con procesos sostenibles.

La asociación, participó en una misión exploratoria en Asia y formó parte de los programas de adecuación, específicamente en estrategias de *marketing* y herramientas comerciales. También fue beneficiaria de un proyecto con el Ministerio de Agricultura, en el cual se desarrollaron actividades de promoción con ProColombia, dos ferias en el mercado asiático y agendas comerciales. El resultado del trabajo conjunto y acompañamiento ha permitido que la asociación exporte al mercado coreano.

Apoyo a productores de frutas de Antioquia

A través del acompañamiento que realiza ProColombia se pretende asesorar a los productores de regiones como Valencia, Córdoba o La Unión, Antioquia, con el objetivo de que tengan buenas prácticas, con estándares de calidad, para que el negocio les permita generar recursos económicos y se beneficien alrededor de 162 productores (principalmente de papaya, uchuva y yacón orgánico).

Se espera que esta labor impacte a más de 300 familias, las cuales alguna vez fueron despojadas de sus tierras o se vieron afectadas por los conflictos de violencia en la región, para producir alimentos que sirvan de sustento, obtener recursos y un pago justo.



En el siguiente *link* se encuentran más ejemplos y testimonios de empresas que junto con ProColombia han construido un camino, a través de acciones sostenibles y responsables para llevar a cabo su objetivo de internacionalización, y de esta forma contribuir al desarrollo de Colombia:

<http://www.ProColombia.co/publicaciones/casos-de-exito-la-colombia-del-si-se-puede>

RETO

Definir indicadores que permitan **medir el desempeño sostenible de ProColombia** desde los ejes misionales.



Rana Dardo venenosa



NUESTRO COMPROMISO CON EL AMBIENTE

En ProColombia nos preocupamos por el cuidado del medioambiente e incorporamos esta filosofía dentro de nuestros procesos internos, siendo conscientes de la importancia que este tema tiene sobre nuestra gestión y la de nuestros grupos de interés.

ACCIONES AMBIENTALES DESDE LO MISIONAL

Buenas prácticas ambientales en nuestros eventos

Entendiendo que la cultura y la naturaleza son las principales materias primas del producto turístico, no se debería pensar en el desarrollo de una acción de promoción sin procurar minimizar sus impactos al medioambiente. Por esto ProColombia, siendo coherente con lo que promueve, está realizando un esfuerzo importante por llevar a cabo acciones encaminadas a cuidar los recursos naturales.

Muestra de ello fue la realización de las ruedas de negocios de turismo en la naturaleza (CNTM 2014 y 2015), cuyo principal objetivo es generar oportunidades de negocios para empresarios con oferta turística especializada y sostenible. Los eventos se desarrollaron bajo una estrategia que permitió minimizar los impactos ambientales, con acciones como:

Optimización de traslados aéreos y terrestres para minimizar la huella de carbono.

Generación de **oportunidades de negocios** para comunidades alejadas del país.

No se entregó material promocional impreso; toda la información fue dispuesta en una biblioteca virtual; los documentos que requerían su manejo de forma física, se imprimieron en papel reciclado.

Se han realizado de forma eventual jornadas de **siembra de árboles** con los empresarios, para mitigar la huella de carbono generada.

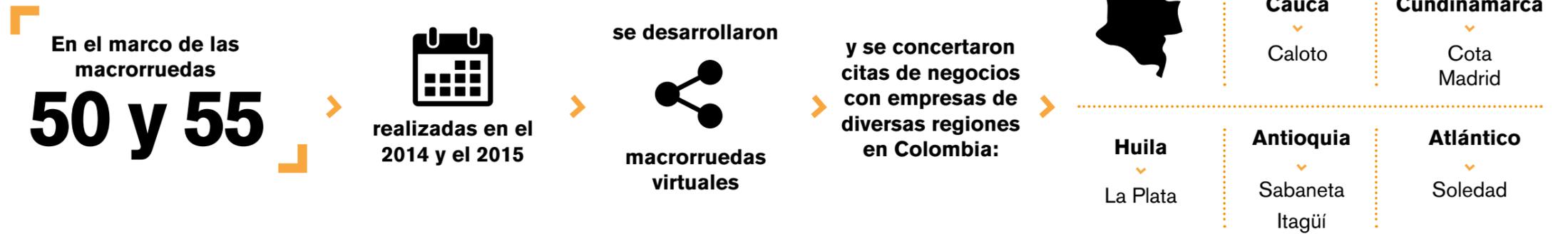




Innovamos la forma de hacer negocios optimizando recursos

Durante el 2014 ProColombia puso en marcha una serie de herramientas virtuales, las cuales permitieron una interacción entre los empresarios colombianos y el resto del mundo, sin necesidad de llevar a cabo desplazamientos; como consecuencia de ello, no solo ahorramos tiempo y costos para los empresarios, sino que además mitigamos las emisiones de CO₂ generadas a causa del uso de medios de transporte tradicionales.

En el año 2015 ProColombia continuó innovando sus servicios, mediante la utilización de medios digitales. Hoy en día se emplean diferentes plataformas virtuales para prestar distintos servicios, optimizando los recursos, tales como:



Seminarios mediante **streaming o webinars.**



Actividades de promoción, tales como agendas comerciales y ruedas de negocios, a través de la telepresencia.



Plataformas virtuales, con información disponible sobre proyectos susceptibles de recibir inversión extranjera directa en los sectores estratégicos y de diferentes regiones de Colombia.



Herramientas digitales y sitios web, con **información valiosa sobre oportunidades de negocio.**





ACCIONES AMBIENTALES DESDE LA ESTRATEGIA INTERNA

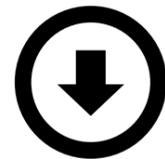
Estrategia Cero Papel

Continuamos con el desarrollo de la estrategia "Cero Papel", por medio de la cual contamos con tecnologías de impresión que nos permiten optimizar el uso del papel y llevar a cabo mediciones sobre el consumo real.

Gracias a este proyecto, se ha logrado lo siguiente:

29%

de disminución en el consumo de papel de enero del 2014 a diciembre del 2015



Como consecuencia de los altos resultados en el uso del papel en algunas áreas, se generaron iniciativas para disminuir la cantidad de impresiones.

2



1

3

100%

de las áreas mostraron una tendencia de ahorro de papel.

Consumo de recursos naturales

Como parte de nuestro compromiso con el ahorro de los recursos naturales, nuestras oficinas, tanto en Colombia como en el exterior, cuentan con un sistema de iluminación amigable con el medioambiente, el cual consiste en la utilización de lámparas LED, que tienen una duración hasta del 50% más que un bombillo tradicional, consumen hasta un 70% menos de energía y funcionan con sensores de movimiento que permiten apagarse en momentos de inactividad. Adicionalmente, contamos con un sistema de ahorro de agua en los baños, por medio de sensores y dispositivos economizadores.

Durante el 2014 se analizaron varios mecanismos de medición, para establecer los consumos reales de agua y energía; sin embargo, se concluyó que debido a la ubicación compartida de oficinas con otros aliados y entidades, no es posible generar una medición uniforme y real de tales consumos; por tal motivo, en el año 2015 se decidió llevar a cabo una estrategia, con el propósito de medir la gestión ambiental a partir del comportamiento de cada funcionario con el uso de los recursos naturales y de esta forma disminuir estos impactos, a través de la campaña AHORRA POR EL PLANETA, mediante cuatro pilares:

Sensibilizar, Replicar, Educar y Medir.

Con el programa **AHORRA POR EL PLANETA** se logró lo siguiente:

Formación de líderes semillas en cada una de las áreas y oficinas, para incentivar su comportamiento con el medioambiente.

Construcción de un compromiso ambiental para la organización.

Creación de escenarios para sensibilizar al equipo de ProColombia y generar conciencia en el uso de recursos naturales.

Generación de iniciativas por parte de las diferentes áreas y oficinas, para mejorar nuestro comportamiento ambiental.

Medición de los impactos mediante indicadores ambientales; con esto se logró obtener un diagnóstico sobre el uso real de los recursos naturales en ProColombia.





El diagnóstico que resultó del ejercicio refleja el nivel de conciencia sobre el uso de los recursos naturales entre los colaboradores de ProColombia, el cual se muestra a continuación:

51%



Eficiencia Energética (EE)

74%



Consumo de Insumos (CI)

73%



Consumo de Agua (CA)

72%



Transporte



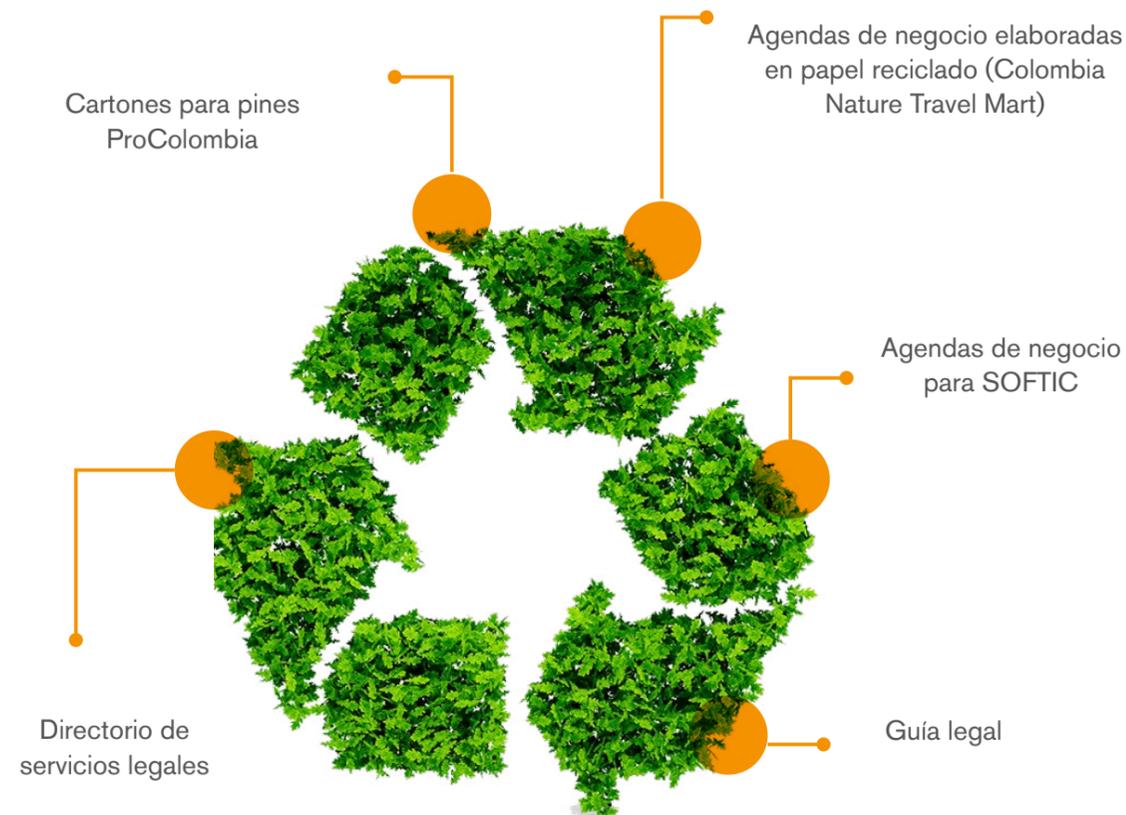
Carambola

Reciclaje

Debido a nuestras acciones de promoción, llevamos a cabo eventos que requieren enormes cantidades de material, tales como lamas, stands, gigantografías, entre otros, los cuales son reutilizados en otros escenarios, con el fin de darle el máximo provecho.

Con el objetivo de migrar hacia producciones ambientalmente sostenibles, en ProColombia hemos optado por otras alternativas para elaborar nuestros entregables tradicionales en papel reciclado.

Ejemplos concretos son:



Adicionalmente, anticipándonos al cambio oficial de Proexport a ProColombia, se definió una iniciativa para poder hacer uso eficiente de este material. La iniciativa contempló el aprovechamiento de material a través de su distribución oportuna en los diferentes eventos nacionales e internacionales. El material que sobró se destinó para el reciclaje.

RETOS

1 A partir de las mediciones en el consumo de papel, generar programas de ahorro e iniciativas para optimizar el uso de este recurso.

2 Implementar un programa que permita una mejor gestión de residuos sólidos dentro de la organización.



3 Mejorar los indicadores sobre el uso de recursos naturales en ProColombia.



GESTIÓN DEL TALENTO PROCOLOMBIA

ProColombia, a través de la Coordinación de Gestión Humana, se encarga de hacer que la experiencia laboral de los colaboradores sea la más satisfactoria, en términos de bienestar, crecimiento personal, profesional, formación y cercanía con la organización, mediante el fortalecimiento de sus competencias, para el logro de los objetivos propuestos.

Según los resultados de la encuesta **Great Place to Work 2014**, que fue diligenciada por el **96%** de los colaboradores, **el excelente ambiente laboral se debe al trato justo, la estabilidad laboral, la hospitalidad y el sentido de grupo, además de ser un equipo que se divierte con su trabajo diario.**

2014
Total de colaboradores

432
directos

39
indirectos

108
practicantes

2015
Total de colaboradores

434
directos

43
indirectos

116
practicantes



61%



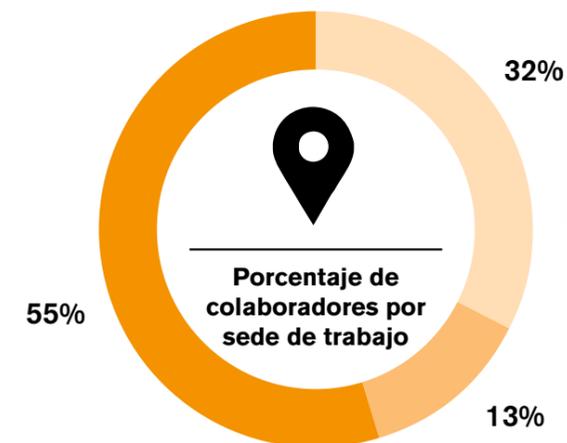
39%

Durante los años 2014 y 2015 se mantuvo el porcentaje de hombres y mujeres que integran el equipo de colaboradores de ProColombia.

2014



2015

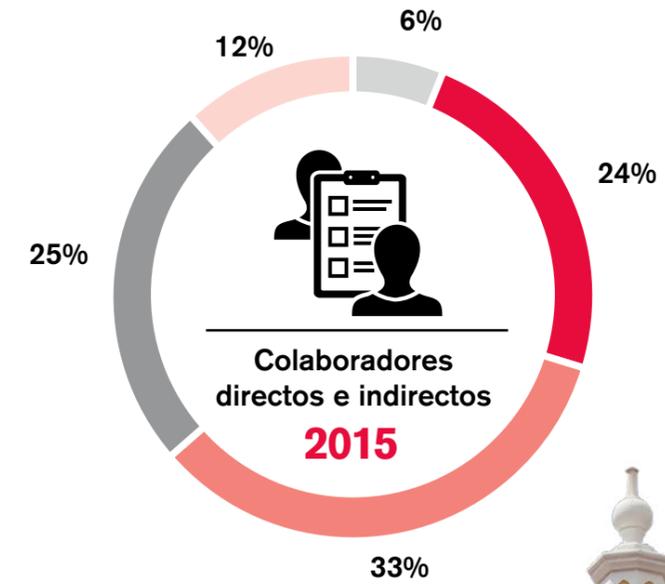
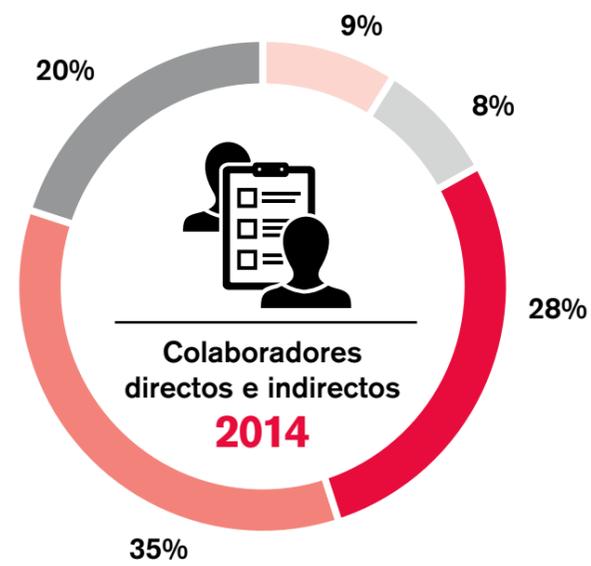


- Exterior
- Regionales
- Bogotá



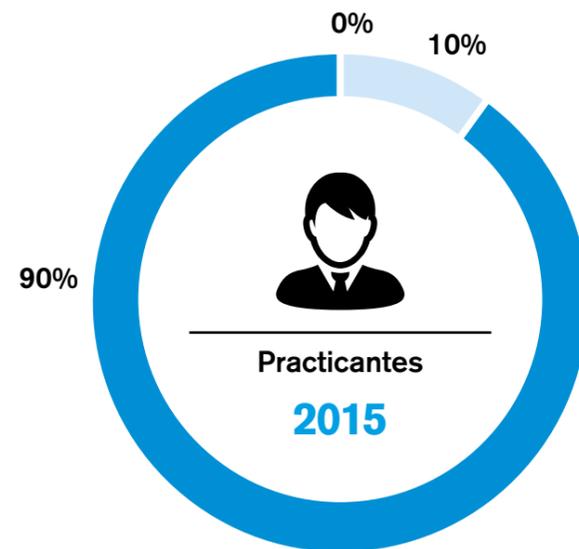
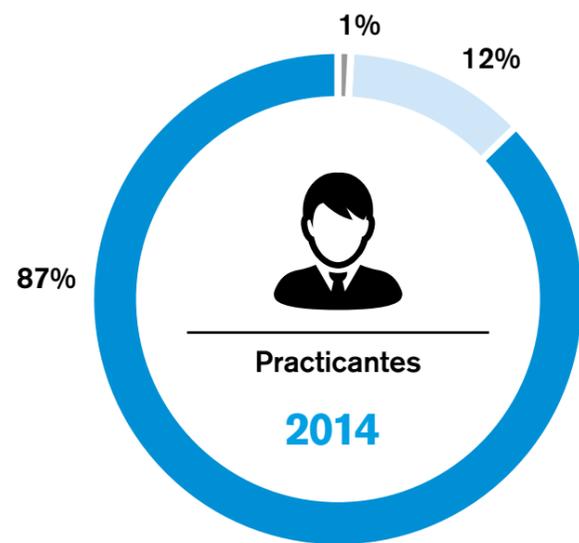


RANGO DE EDADES

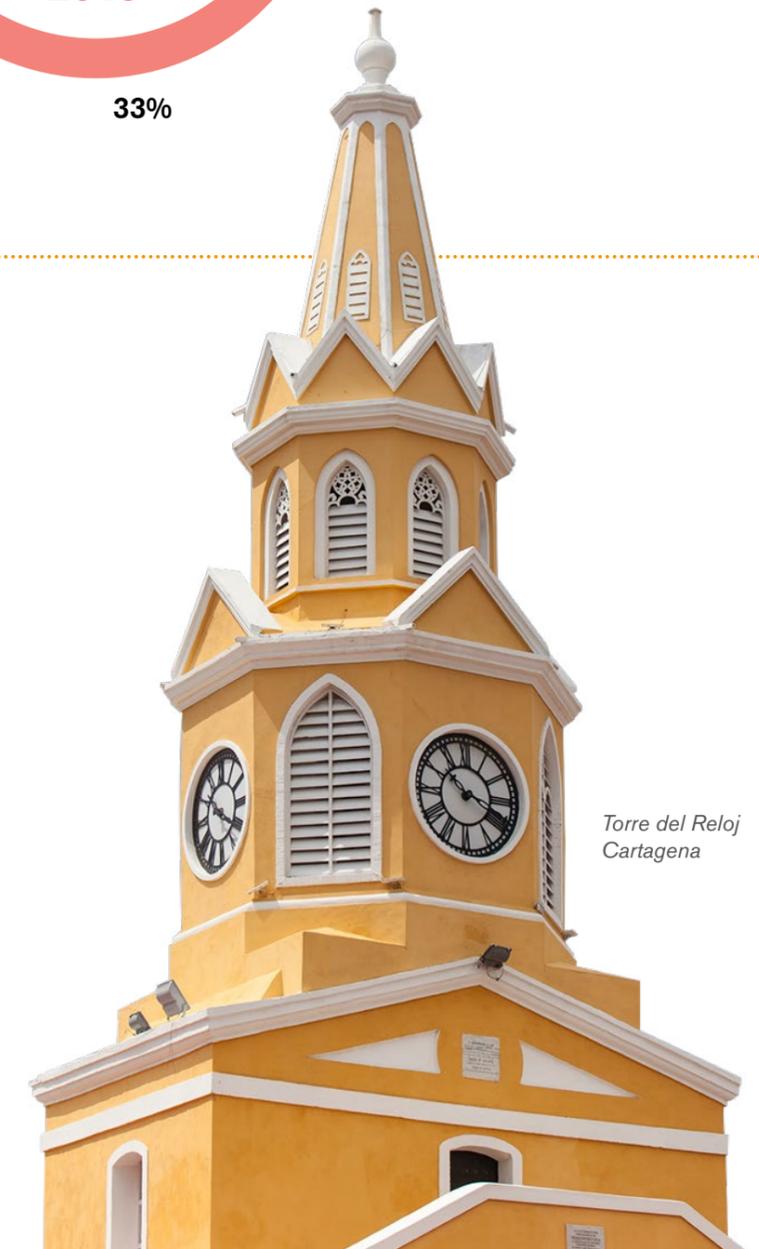


- Menores de 25
- Entre 25 y 29
- Entre 30 y 36
- Entre 37 y 47
- Mayores de 47

RANGO DE EDADES



- Entre 30 y 36
- Entre 25 y 29
- Menores de 25






 > **1%** => **0,98%** > **1,02%**
 Promedio de rotación en el 2014 en Colombia en el exterior

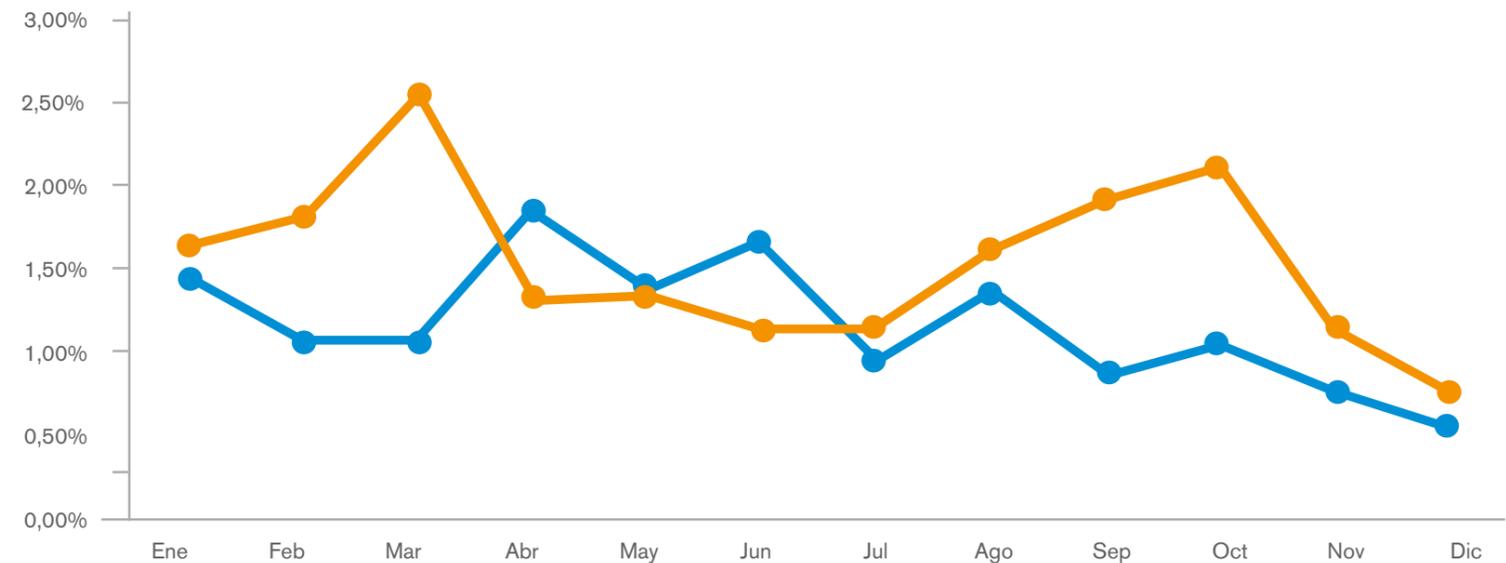

 > **1,33%** => **1,52%** > **1,13%**
 Promedio de rotación en el 2015 en Colombia en el exterior


 > **11,94%** => **11,81%** > **12,20%**
 Índice de rotación anual en Colombia en el exterior


 > **16,74%** => **18,14%** > **13,65%**
 Índice de rotación anual en Colombia en el exterior



Comportamiento rotación mensual



2014	1,31%	0,87%	0,87%	1,76%	1,21%	1,54%	0,76%	1,21%	0,66%	0,87%	0,55%	0,33%
2015	1,49%	1,71%	2,48%	1,17%	1,17%	0,96%	0,96%	1,49%	1,82%	2,03%	0,96%	0,53%



Con el compromiso de buscar el mejor talento para trabajar en pro del desarrollo del país, generamos una estrategia de selección, en la cual se identifican los perfiles de los candidatos mediante acuerdos previamente definidos con los jefes encargados del proceso.

Como resultado de los procesos de atracción y selección del talento se logró lo siguiente:

↓ 0

Reducir a 0 el número de deserciones en el periodo de prueba.

120 > 90

Disminuir el tiempo en la selección de practicantes, de 120 a 90 días.

96%

Efectividad en la selección de personal del 96%.

Contamos con beneficios laborales que les permiten a nuestros colaboradores directos mejorar su calidad de vida y el crecimiento personal; entre ellos tenemos: **auxilio educativo y de idiomas, plan complementario de salud y la posibilidad de pertenecer a fondos de empleados y cooperativas del sector, a través de los cuales se obtienen beneficios adicionales.**

NUESTROS PROGRAMAS DE BIENESTAR Y BENEFICIOS



Realizamos año a año la Semana de la Salud, con el objetivo de promover una mejor calidad de vida para nuestros colaboradores.



Llevamos a cabo actividades para fortalecer el clima laboral de la organización; entre las importantes se encuentran: la celebración de días especiales, vacaciones recreativas dirigidas a los hijos de los colaboradores, campeonatos de fútbol masculino y femenino y actividades de esparcimiento e integración entre las áreas de ProColombia.



Implementamos una plataforma virtual, con el fin de brindarles los mismos beneficios a los colaboradores del exterior que a quienes se encuentran en Colombia, teniendo un mayor acercamiento con las oficinas comerciales y beneficiando a las familias de todos nuestros colaboradores.



Contamos con un programa dirigido a mejorar la concentración, la postura y los niveles de estrés en los colaboradores, en el cual se brindan ejercicios antiestrés, clases de yoga, ejercicios de rutina y pausas activas.



Reconocimiento especial para los colaboradores que llevan a cabo labores administrativas, tanto en Colombia como en el exterior.





SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

ProColombia participa en el Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo (COPASST), con el fin de realizar seguimiento a los programas de salud ocupacional y la prevención de accidentes de trabajo y enfermedades laborales.

Dos de los representantes del COPASST son de ProColombia.

● 2014 ● 2015



Accidentes de trabajo reportados

1
1



Enfermedades laborales reportadas

0
1



Reincorporación al trabajo después de licencias de maternidad

100%
100%

ProColombia cuenta con un programa de **salud ocupacional y seguridad en el trabajo**, en el cual se identifican los factores de riesgo de la organización; este análisis generó las siguientes mejoras:

El Comité de Convivencia Laboral es un equipo que se escoge por designación y votación. Dada la naturaleza de ProColombia, participa junto con Fiducoldex y otras entidades administradas por la fiduciaria. Está compuesto por cuatro representantes principales del empleador y cuatro suplentes, así como cuatro representantes de los trabajadores y cuatro suplentes, de los cuales ProColombia tiene participación activa con dos representantes principales y dos suplentes por cada una de las partes.





DESARROLLO DE NUESTRO TALENTO

La Universidad ProColombia es el espacio por medio del cual los colaboradores tienen la posibilidad de aprender y desarrollar su talento; para ello lleva a cabo diferentes programas de formación, en los cuales busca incrementar la productividad y el desempeño acorde con los objetivos estratégicos.

Programa de becas

ProColombia da la posibilidad a sus colaboradores de acceder a una beca de estudio en cualquier país del mundo, gracias a los convenios con Agencias de Cooperación, lo cual permite incrementar las competencias de nuestro talento, para ofrecer servicios que estén acordes con las necesidades del mercado global.

2014

2015

Los colaboradores de ProColombia tuvieron la oportunidad de acceder a **17** becas

Se otorgaron **28** becas por diferentes organismos multilaterales y de cooperación.

Apoyo para el crecimiento profesional de los colaboradores

ProColombia ofrece a sus colaboradores un apoyo económico, correspondiente al 20% del valor de la matrícula, para que puedan estudiar carreras de pregrado, posgrado, maestrías, diplomados o cursos, con el propósito de fortalecer sus conocimientos en el cargo que desempeñan. Adicionalmente, gracias a los convenios que ProColombia tiene con diferentes universidades y entidades educativas, brinda cursos a los colaboradores, tanto presenciales como virtuales, con el objetivo de dar las herramientas necesarias para el cumplimiento de los objetivos estratégicos, y de esta forma emprender planes de desarrollo.

2014

23 auxilios educativos otorgados

2015

21 auxilios educativos otorgados

los cuales fueron destinados para estudios de pregrado, especialización y maestría a los colaboradores del mundo.

Auxilio educativo para un tercer idioma

Además de incentivar el bilingüismo, ProColombia implementó en el 2014 un auxilio educativo, para que los colaboradores aprendieran un tercer idioma; de esta manera logramos atender las necesidades de los empresarios en Colombia y el mundo.

En el 2014 y el 2015 los colaboradores de ProColombia accedieron al auxilio del tercer idioma para aprender **francés, alemán, portugués y mandarín.**

Inducción corporativa

ProColombia es consciente de que debido a su naturaleza y para poder desarrollar su estrategia, debe asegurarse de que el equipo de trabajo cuente con el conocimiento necesario sobre el modelo misional y la forma en que opera; por tal motivo, cuenta con un programa de inducción para nuevos funcionarios y actualización de los antiguos.





A continuación se presenta la participación y horas de capacitación brindadas a los colaboradores durante el 2014 y el 2015:

2014

Promedio horas de capacitación

22,37

2015

Promedio horas de capacitación

55,90



Desglose por categoría laboral

● 2014 ● 2015

	Presidente y vicepresidentes	Gerentes y directores	Subdirectores	Asesores sénior	Asesores júnior	Asistentes administrativos y profesionales	Conductores/Mensajeros
NIVEL	VIII y VII	VI	V	IV	III	II	I
NÚMERO DE EMPLEADOS DIRECTOS	5	81	14	103	137	109	5
HORAS DE CAPACITACIÓN	56	1.113	325	3.233	6.682	2.260	110
PROMEDIO DE HORAS POR PERSONA AL AÑO	11,2	13,7	23,2	31,4	48,8	20,7	22,0
	188	18,3	30	56,2	11,3	13,1	21,6



GESTIÓN DEL DESEMPEÑO Y RECONOCIMIENTO AL TALENTO

Como parte del desarrollo de nuestro talento, ProColombia cuenta con un modelo de gestión de desempeño, el cual permite identificar oportunidades de mejora en las competencias requeridas para cada cargo y establecer medidas para incrementar el desempeño de los colaboradores.

La evaluación de desempeño se aplica a los colaboradores directos que llevan más de cuatro meses en la organización. Durante el 2014 y el 2015 fue aplicada a los siguientes colaboradores:



Como resultado del buen desempeño y el cumplimiento de los resultados estratégicos, se otorgan a los colaboradores reconocimientos por su labor. **En el 2014 y el 2015 se premiaron las siguientes categorías:**

El sistema de remuneración de ProColombia está definido de acuerdo con la responsabilidad de los cargos, los cuales son clasificados por niveles jerárquicos, donde el nivel 1 se compone por los cargos de menos responsabilidad y el nivel 8 los de mayor responsabilidad; además, se tiene en cuenta el nivel de vida de cada país, de tal forma que los salarios sean competitivos, justos y equitativos de acuerdo con el nivel de cada cargo, sin ningún tipo de discriminaciones.





NUESTROS PRACTICANTES

El programa de practicantes busca agregar valor al trabajo que realizan los futuros profesionales en ProColombia, y llevar a cabo proyectos que contribuyan al desarrollo de la estrategia organizacional.

2014



Se puso en funcionamiento el Comité Académico de Proyectos para evaluar los trabajos de los practicantes.

2015



Aumentó 15% el número de practicantes que están realizando proyectos que generan valor agregado a la organización.



COMUNICACIÓN INTERNA

Con el propósito de ser coherente con el trabajo global que realiza ProColombia a nivel mundial, dentro de su estrategia está la conexión de todo el equipo de colaboradores, tanto en Colombia como en el exterior, lo cual es posible a través de las herramientas de comunicación interna con las que cuenta la organización.

La intranet tuvo un crecimiento de visitas del 22% en el 2015, con respecto al año anterior. Con un total de 87.750 visitas en el 2014 y 107.298 en el 2015.

Se desarrollaron otras herramientas de comunicación, con espacios dedicados para que los integrantes del equipo ProColombia conocieran las diferentes áreas y proyectos de la organización.

Los practicantes son un recurso humano muy importante para ProColombia; por esto, contamos con el **Programa Semillero**, enfocado en impulsar y apoyar el proceso de aprendizaje de los estudiantes colombianos que tienen su primera experiencia laboral en nuestra organización.

Al finalizar cada semestre de prácticas, cinco (5) del total de practicantes son reconocidos, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

Proyecto: los practicantes desarrollan un proyecto, en el cual buscan la creación de algo nuevo o alguna mejora dentro de su área u oficina.

Jefes: los supervisores de los practicantes dentro de la organización los evalúan, de acuerdo con sus competencias.

Programa Semillero: la Coordinación de Gestión Humana califica a los practicantes con base en el cumplimiento de las actividades agrupadas dentro del programa.

RETOS

Robustecer la inducción corporativa, mediante inducciones específicas por cargo.

Estructurar un nuevo esquema de competencias, para mejorar el sistema de medición y reconocimiento al talento.

Continuar fortaleciendo la Universidad ProColombia, para dar un mayor alcance mediante un pénsum académico de formación.





NUESTRA LABOR SOCIAL

Durante el último trimestre del 2015 ProColombia llevó a cabo la campaña:

“PEQUEÑAS ACCIONES, GRANDES EJEMPLOS”

con el propósito de incentivar a los colaboradores a tener actos de paz con los demás y promover una buena convivencia tanto en el interior como en el exterior de la organización. Como resultado de esta campaña se identificaron 150 buenas acciones entre los integrantes del equipo ProColombia, y en el mes de diciembre, aprovechando la época navideña, se desarrollaron iniciativas sociales que coordinaron los colaboradores de forma voluntaria, con el objetivo de apoyar a quienes más lo necesitan. Los logros más importantes de estas iniciativas se destacan en el siguiente video:

NUESTROS PROVEEDORES COMO ALIADOS DE LA GESTIÓN

Los proveedores son importantes para ProColombia

Nuestros proveedores se consideran aliados para ProColombia. Nos interesan sus opiniones y valoramos su conocimiento, razón por la cual estamos constantemente generando espacios, como talleres, *workshops* y reuniones enfocadas a co-crear.

De igual manera, los proveedores son fundamentales para la organización, ya que son generadores de empleo en Colombia y en el mundo. Nuestras actividades de promoción, como las ferias, macrorruedas y demás, son eventos de grandes magnitudes que requieren el apoyo de personal logístico, de cafetería, de información, entre otros, y es así como a través de los proveedores se vinculan a nuestra gestión cientos de trabajadores cada año.

Gestión de proveedores

En ProColombia no existe un área exclusiva para desarrollar la gestión y las relaciones con los proveedores, dado que somos administrados por Fiducoldex, que es la entidad encargada de asegurar el cumplimiento de las políticas de compras descritas en el Manual de contratación, las cuales se basan en los principios de buena fe, calidad, economía, eficacia, planeación, transparencia y selección objetiva. En ProColombia cada área está encargada de realizar los estudios técnicos, cotizaciones, negociaciones y/o comparación de ofertas respectivas para la evaluación previa de la contratación. De igual forma, cada una de las áreas está encargada de la valoración de sus proveedores.

Espacios de aprendizaje para los proveedores

En ProColombia se generan espacios de retroalimentación con los proveedores, para reforzar temas concretos, revisar estrategias o establecer nuevos mecanismos de trabajo más eficientes. Es un ejercicio basado en el respeto y la transparencia, cuyo objetivo es mejorar el relacionamiento entre ambas partes y generar productos de mayor eficiencia y calidad.





Evolucionamos a las compras sostenibles

Nuestros proveedores se evalúan mediante el cumplimiento de los compromisos pactados; adicionalmente se realiza una evaluación específica para aquellos proveedores que impactan en forma directa la prestación de nuestros servicios, en la cual se revisa su desempeño en materia de cumplimiento de los requisitos, entendimiento del cliente, servicio al cliente y buenas prácticas de calidad y sostenibilidad.

Este mecanismo permite establecer puntajes adicionales a los proveedores que tienen buenas prácticas sostenibles, tales como: la realización de informes de sostenibilidad, la implementación de políticas ambientales, buenas prácticas laborales y generación de impactos sociales según su entorno; este puntaje es evaluado para dar continuidad a los proveedores seleccionados o para próximas contrataciones.

Nuestros proveedores locales en cada región donde estamos presentes

Gracias a la presencia que ProColombia tiene a nivel nacional y en el mundo, la organización contrata a diferentes proveedores en Colombia y en el exterior, para las actividades de promoción y funcionamiento, de modo que genera un mayor desarrollo económico local y privilegia a los proveedores de la región donde se llevan a cabo las actividades.

En el marco de la promoción de la sostenibilidad en la cadena de suministro, **ProColombia realiza invitaciones públicas para seleccionar a ciertos proveedores, los cuales se encargan de prestar diferentes servicios que pueden impactar de manera significativa a nuestros clientes.** Dentro de los términos de la invitación, que se publican en la página web de Fiducoldex, se requieren certificaciones ambientales.

RETOS

Iniciar un proyecto transversal de fortalecimiento para los proveedores, en el cual se generen más espacios de diálogo y retroalimentación que permitan establecer mecanismos de mejora, transparencia en las comunicaciones y afianzar la relación como equipos de trabajo.



Granadillas



GLOSARIO

GRI G4: Metodología para realizar informes de sostenibilidad, creada por la organización holandesa Global Reporting Initiative (más información: <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>).

Norma ISO 26000: Es una guía que establece líneas en materia de responsabilidad social, establecidas por la Organización Internacional para la Estandarización (para conocer con más detalle la norma, haga clic en el enlace: https://www.youtube.com/watch?v=rsQ_IM9vrwQ).

Norma ISO 9001: Es el documento que determina los requisitos para un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) de una organización, los cuales son establecidos por la Organización Internacional para la Estandarización.

Norma ISO 14001: Es el documento que determina el estándar para el manejo de la gestión ambiental en una organización, el cual es establecido por la Organización Internacional para la Estandarización.

Materialidad: Es la información contenida en el Reporte de Sostenibilidad, que la organización considera pertinente, relevante y que sea útil para los grupos de interés.

CIFIN: Herramienta externa utilizada para consultar el comportamiento comercial y financiero de las personas que son reportadas en esta base de datos.

OFAC: Herramienta de la Oficina de Control de Activos del Ministerio de Hacienda de los Estados Unidos de América, utilizada para consultar comportamientos sancionables por el gobierno de EE. UU.

SARLAFT: Sistema de Administración del Riesgo para el Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo.

SARO: Sistema de Administración de Riesgos Operativos.

Global GAP: Es un conjunto de normas internacionales sobre las buenas prácticas agrícolas, ganaderas y de acuicultura.

Fondos de Capital Privado: Compañías que invierten capital en otras empresas con potencial de crecimiento, para incrementar significativamente el valor.

Venture Capital: Son inversiones a través de las cuales se facilita capital financiero a empresas en etapa de "start up", con elevado potencial y un riesgo en fase de crecimiento.

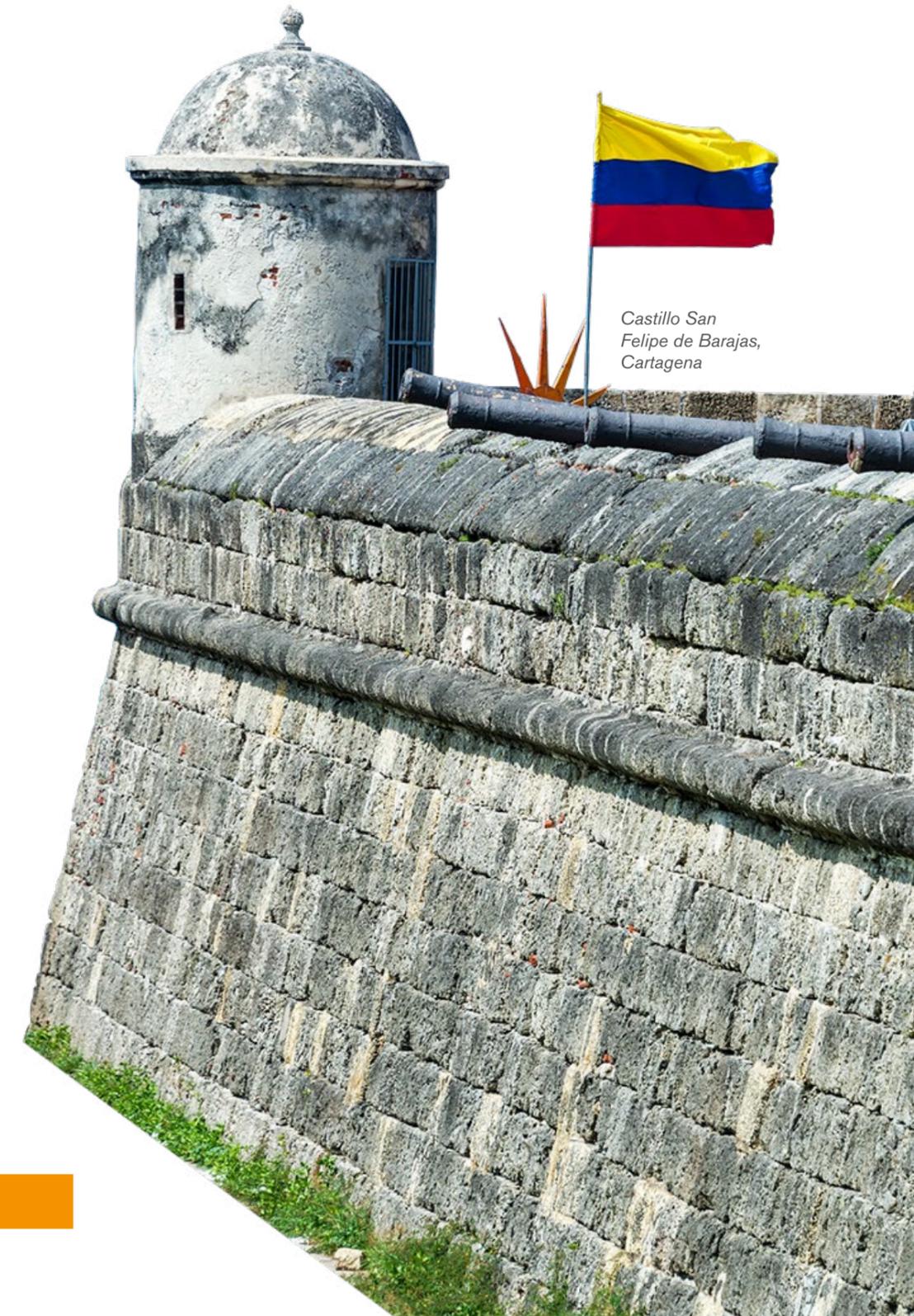
Sector TIC: Es aquel perteneciente a las empresas categorizado: Tecnología de la Información y la Comunicación.

MIPYME: Micro, Pequeña y Mediana Empresa en Colombia.

Viajes de Familiarización - FAM TRIP: Es una herramienta promocional utilizada por diferentes países, como parte de las estrategias de dar a conocer un producto o destino en el exterior. Se organizan por ProColombia y van dirigidos a empresarios de turismo.

Viajes de Prensa - PRESS TRIP: Es una herramienta de promoción, en la cual ProColombia organiza un viaje al país dirigido a periodistas (especializados en turismo), con el objetivo de darles a conocer nuevos productos turísticos y/o destinos, para su difusión en los medios de comunicación a los que pertenecen.

Misiones Exploratorias: Consisten en el viaje programado de un grupo de empresarios de un sector a un mercado determinado, bajo la coordinación de Proexport Colombia, con el objetivo de conocer por experiencia propia el mercado.



Castillo San Felipe de Barajas, Cartagena

