



COLOMBIA 
EL PAÍS DE LA BELLEZA

**INFORME
DE GESTIÓN
2025**



Comercio,
Industria y Turismo



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

Contenido

Carta de la Presidenta de ProColombia.....	4
Logros 2025.....	8
En Marca País.....	8
En Inversión Extranjera Directa	8
En Exportaciones	8
En Turismo	9
Reconocimientos a ProColombia.....	10
Acerca de PROCOLOMBIA.....	12
Nuestro objetivo	12
Misión	12
Visión	12
Valores corporativos.....	12
Presencia en Colombia y en el mundo.....	13
Estructura Organizacional.....	14
Gobierno Corporativo	15
La Sostenibilidad es nuestro modelo.....	18
Nuestro compromiso con los Derechos Humanos, la Diversidad, Equidad e Inclusión	21
Grupos de interés	23
Contexto macroeconómico, ambiental y social.....	25
Contexto Macroeconómico	25
Contexto ambiental y social.....	26
Marca País, Colombia el país de la belleza	29
Alineación de la Marca País con los Objetivos de Desarrollo Sostenible	30
Inversión Extranjera Directa para el Desarrollo Sostenible y la Transición Energética	32
Estrategia de promoción para la atracción de inversión extranjera directa	32
Resultados de las apuestas de reindustrialización y habilitantes.....	33
Actividades Comerciales y de promoción.....	37
Trabajo conjunto con las regiones.....	38
Alineación de la estrategia de inversión con los Objetivos de Desarrollo Sostenible	40
Promoción de Exportaciones No Minero Energéticas - Internacionalización de los Territorios por una Cultura Productiva y Exportadora	42
Posicionamiento de la oferta exportable colombiana de bienes y servicios en el mundo	44
Actividades comerciales y de promoción	51
Resultados destacables en las apuestas de reindustrialización	54
Alineación de la estrategia de exportaciones con los Objetivos de Desarrollo Sostenible	59
Turismo Sostenible e incluyente - Internacionalización y Economía para la vida	61
Conectividad aérea, marítima y transfronteriza para los territorios.....	61
Actividades de promoción	62
Ruta Exportadora de Turismo - Formación y Preparación para la Oferta Exportable Turística	68
Premios de Turismo de Colombia.....	70
Reconocimientos de Turismo al país	71
Alineación de la estrategia de turismo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible	72
Nuestros aliados.....	74

Iniciativas de Integración con otros países	74
Cooperación internacional y nacional	76
Herramientas de información de valor agregado	80
La Inteligencia Comercial que potencia la toma de decisiones	80
Herramientas digitales.....	83
Comunicaciones.....	85
Fortalecimiento Institucional.....	88
Nuestro talento.....	88
Sostenibilidad corporativa	97
Transformación digital	102
Retroalimentación de la gestión de ProColombia	103
Índice de cumplimiento GRI.....	106

Carta de la Presidenta de ProColombia

Como presidenta de ProColombia, me complace presentar el Informe de Gestión 2025, un documento que recoge de manera integral los avances, resultados y aprendizajes más relevantes de nuestra gestión durante el último año, además, refleja el trabajo articulado de una entidad comprometida con la transformación productiva del país, el desarrollo de los territorios y la proyección internacional de Colombia como El País de la Belleza.

Es importante mencionar que este informe cubre la gestión desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre de 2025, bajo los lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2022 – 2026, Colombia Potencia Mundial de la Vida, las políticas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el entorno nacional e internacional, así como lo definido en el Plan Estratégico Sectorial - PES en especial en los siguientes objetivos: (i) Reindustrialización, (ii) Internacionalización, (iii) Turismo sostenible e incluyente. Adicionalmente, describe la adopción voluntaria de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, las siete materias fundamentales de la norma ISO 26000, los estándares del Global Reporting Initiative - GRI y constituye la información base para la Comunicación de Progreso (CoP) del Pacto Global de las Naciones Unidas.



Durante 2025, ProColombia avanzó de manera decidida en el cumplimiento de su misión institucional, consolidando su rol como articulador estratégico de la promoción de las exportaciones de bienes y servicios no minero-energéticos, la expansión internacional de las empresas colombianas, la atracción de inversión extranjera directa no extractiva, el posicionamiento del país como destino turístico vacacional y de reuniones, y el fortalecimiento de la Marca País. Este trabajo se desarrolló bajo un enfoque transversal de sostenibilidad, que se ha consolidado como el modelo de nuestra gestión y como un atributo clave de competitividad para Colombia en los mercados internacionales.

La sostenibilidad ha sido un eje estructural de nuestra labor y una herramienta fundamental para el cumplimiento de los objetivos misionales de la entidad. A través de nuestro Modelo de Sostenibilidad, reafirmamos dos compromisos fundamentales. El primero, el compromiso misional, orientado a promover la sostenibilidad como un factor de valor, diferenciación y competitividad para la oferta exportable, la inversión y el turismo. El segundo, el compromiso interno, enfocado en consolidar a ProColombia como una organización coherente con estos principios, integrándolos de manera transversal en sus procesos, decisiones y cultura institucional, y alineando nuestra gestión con las prácticas que promovemos en nuestros ejes misionales.

En materia de exportaciones, 2025 marcó un hito histórico para ProColombia, al alcanzarse el mayor número de empresas exportadoras con negocios en la historia de la entidad, superando la meta institucional establecida y registrando cerca de 3.400 empresas con negocios. Este resultado refleja el fortalecimiento de la internacionalización de la oferta colombiana y la confianza del empresariado en los procesos de

acompañamiento de ProColombia, sustentados en inteligencia de mercados, promoción comercial, formación exportadora y diversificación de destinos.

De manera complementaria, avanzamos de forma significativa en la diversificación geográfica de las exportaciones, destacándose el fortalecimiento de la presencia de Colombia en África a través de la Estrategia África en su primer ciclo. Esta estrategia incluyó una misión exploratoria con agendas bilaterales en Nigeria, Etiopía, Mozambique y Madagascar, con la participación de empresas colombianas interesadas en identificar nuevas oportunidades comerciales. Asimismo, las empresas participantes del programa Ella Exporta a África culminaron exitosamente sus planes de trabajo durante el año, y se desarrollaron entrevistas con compradores y aliados estratégicos de países como Angola, Egipto, Ghana, Mozambique, Sudáfrica, Argelia y Nigeria, orientadas a la identificación de oportunidades comerciales y al fortalecimiento de relaciones de largo plazo.

En el marco de esta estrategia de diversificación de mercados, Asia se consolidó como una región prioritaria para la expansión de la oferta exportadora colombiana. Un hito para la agroindustria colombiana se consolidó con la apertura del mercado de Japón para la carne de pollo nacional, uno de los destinos más exigentes en estándares sanitarios y de calidad, fortaleciendo la diversificación de la oferta exportadora hacia Asia y posicionando al sector avícola como un proveedor confiable en el escenario internacional. Este resultado es fruto de más de 15 años de trabajo técnico, sanitario y diplomático entre el Gobierno de Colombia, el sector privado y las autoridades japonesas.

Asimismo, la participación de Colombia como país invitado de honor en la China International Import Expo (CIIE), realizada del 5 al 10 de noviembre de 2025 en Shanghái, permitió fortalecer la presencia del país en uno de los mercados más estratégicos del mundo. Esta feria de clase mundial, promovida por el gobierno chino, reúne cada año a empresas de cerca de 100 países e incluye ruedas de negocios, lanzamientos de productos y activaciones comerciales. Colombia contó con un pabellón país de 252 metros cuadrados, en el que 29 empresas colombianas de sectores como agroalimentos, artesanías, marroquinería y belleza presentaron su oferta bajo la narrativa de Colombia, El País de la Belleza. Como resultado de esta participación, se generaron expectativas de negocio por más de USD 6 millones y ventas por USD 114.000, consolidando nuevas oportunidades para la diversificación de las exportaciones hacia Asia.

De igual forma, la participación de Colombia en Expo Osaka 2025, desarrollada entre abril y octubre de 2025, se constituyó en una plataforma estratégica para la promoción institucional, cultural y comercial del país. El pabellón nacional recibió 1.389.541 visitantes y permitió la realización de más de 60 reuniones con inversionistas japoneses y extranjeros, así como la divulgación de al menos 15 proyectos de inversión en sectores como infraestructura, transporte, agronegocios, energía, turismo, ciencias de la vida e industrias 4.0. Adicionalmente, se desarrollaron espacios de promoción comercial como una macrorrueda de turismo, con la participación de 12 empresas colombianas y 27 compradores internacionales, que permitió generar 16 nuevas oportunidades de negocio y fortalecer las capacidades de 93 empresas nacionales capacitadas en el perfil del turista japonés y la cultura asiática. También se llevó a cabo una macrorrueda de exportaciones con 341 citas de negocio, en la que participaron 41 exportadores colombianos y 55 compradores de 8 países. Esta participación contribuyó al posicionamiento internacional del país, con un free press estimado en USD 38,6 millones y ventas netas superiores a 566.343.475 yenes japoneses.

En el frente de inversión extranjera directa, ProColombia acompañó la llegada de 170 proyectos, que en conjunto se estima que generen más de 47.000 empleos, evidenciando la confianza de los inversionistas

internacionales en Colombia como destino para invertir. Durante 2025 se avanzó en iniciativas relevantes en sectores estratégicos como el de energías renovables, que contribuyen a la transición energética del país, al desarrollo regional y a la generación de empleo. Entre estos avances se destaca la inversión anunciada por la empresa alemana IB VOGT, para el desarrollo del proyecto solar fotovoltaico Tamarindo, con una inversión estimada de US\$ 185 millones y una capacidad instalada de 200 MW en Antioquia, reafirmando el potencial de Colombia como un destino atractivo, competitivo y confiable para la inversión extranjera directa no extractiva.

En 2025, el turismo fue uno de los pilares estratégicos de la gestión de ProColombia, con un enfoque centrado en el fortalecimiento de capacidades, la articulación territorial y la generación de oportunidades para las regiones. A través del Programa de Formación Exportadora, desarrollado en modalidades presencial, híbrida y virtual, se fortalecieron las capacidades de 14.716 participantes entre los cuales se encuentran empresarios, emprendedores, comunidades, entidades territoriales y organizaciones del sector turístico en todo el país, gracias a un trabajo articulado con gobernaciones, cámaras de comercio, entidades regionales de turismo y la academia.

De manera complementaria, el fortalecimiento de la conectividad aérea internacional se consolidó como uno de los grandes hitos del año para el posicionamiento turístico del país. Al cierre de 2025, Colombia alcanzó niveles históricos de conectividad, con la operación de 29 aerolíneas, conectando al país con 31 países y 60 destinos internacionales, a través de 11 ciudades del territorio nacional, con una oferta acumulada de 79.050 frecuencias y más de 14,9 millones de sillas disponibles. En paralelo, el país consolidó su posicionamiento en turismo fluvial y marítimo, con la entrada en operación del primer crucero fluvial de lujo por el río Magdalena y la incorporación de una segunda embarcación, dinamizando economías locales y proyectando al mundo la riqueza del Gran Caribe colombiano.

Los resultados alcanzados durante 2025 son el reflejo del trabajo articulado, el compromiso y la dedicación de los equipos de ProColombia, así como de la colaboración permanente con entidades del Gobierno nacional, gobiernos territoriales, gremios, empresarios y aliados estratégicos. Este Informe de Gestión da cuenta de una institución que evoluciona, aprende y se fortalece, con una visión clara de país y un enfoque consistente de desarrollo sostenible.

Hoy compartimos estos resultados con orgullo y con la convicción de que nos motivan a seguir trabajando con rigor, coherencia y visión estratégica para continuar generando valor para Colombia y sus regiones. Seguiremos promoviendo al país ante el mundo, impulsando oportunidades y consolidando a Colombia como un referente de sostenibilidad, competitividad y diversidad en los mercados internacionales.

Atentamente,

Carmen Caballero Villa
Presidenta de ProColombia



LOGROS
2025



Logros 2025

Durante 2025, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, por medio de ProColombia, mantuvo su compromiso con el fortalecimiento de la imagen de Colombia en los mercados internacionales y con el acompañamiento estratégico a los empresarios, tanto a nivel nacional como internacional. Estas acciones se enfocaron en la atracción de inversión extranjera directa, la promoción de las exportaciones no minero-energéticas y el posicionamiento del *País de la Belleza* como un destino líder en la región para el turismo vacacional y de reuniones. Entre los principales resultados alcanzados se destacan los siguientes:

En Marca País

- La Marca País posicionó la narrativa “Colombia, el País de la Belleza” mediante acciones digitales y campañas emocionales que conectaron nuevos públicos, logrando más de 3.5 millones de impresiones orgánicas y miles de interacciones mediante campañas y contenidos cocreados, junto con la participación en eventos de alto impacto.
- Se fortalecieron alianzas estratégicas para el uso de la licencia de la Marca País, se generaron 206 contratos con actores del sector público y privado, que se convirtieron en multiplicadores de la marca.

En Inversión Extranjera Directa

- La gestión de atracción y facilitación de inversión extranjera posicionó a Colombia como un destino competitivo para el capital internacional, con 170 proyectos reportados por 146 inversionistas, por un valor estimado de US\$5.647 millones, que proyectan la generación de más de 47.000 empleos.
- La inversión extranjera impactó de manera amplia el territorio nacional, con proyectos que han iniciado o se desarrollarán en 54 municipios de 19 departamentos, fortaleciendo el desarrollo regional y la generación de oportunidades en diversas zonas del país.
- En coherencia con las prioridades estratégicas del Gobierno Nacional, la transición energética concentró 25 proyectos de inversión por US\$1.529 millones, equivalentes al 15% de las iniciativas y al 27% del monto total estimado, evidenciando la orientación del capital extranjero hacia sectores clave para el desarrollo sostenible.

En Exportaciones

- Se contactó y brindó servicios de acompañamiento exportador a más de 6.700 empresas colombianas exportadoras y/o con potencial exportador de 347 municipios de los 32 departamentos.
- Dados los servicios prestados y el acompañamiento en Colombia y el exterior, 3.392 empresas (81% MiPymes) de 202 municipios de 30 departamentos informaron haber realizado negocios de exportaciones con 6.346 compradores internacionales de bienes y servicios de 128 países.

- Más de 40.000 asistentes de 487 municipios de los 32 departamentos participaron en los espacios de formación y transferencia de conocimiento para fortalecer su estrategia internacional.
- Se fortaleció la cultura exportadora del país a través del programa Fábricas de Internacionalización y de los proyectos de internacionalización, mediante el cual se prestaron servicios a 695 empresas (79% Mipymes) de 80 municipios de 23 departamentos. El monto de negocios de exportación a través del programa Fábricas de Internacionalización fue US\$7.65 millones en 35 países. Adicionalmente, 45 empresas colombianas expandieron su negocio en 13 países mediante operación directa o alianzas estratégicas.
- Con el fin de poner en contacto la oferta exportable colombiana con la demanda internacional, se realizaron más de 270 actividades de promoción, con la participación de más de 2.700 exportadores de 28 departamentos y más de 1.900 compradores de 69 países.

En Turismo

- En 2025, medios como The New York Times, The Washington Post y Condé Nast Traveler destacaron a Colombia entre los mejores lugares del mundo para visitar.
- Entre enero y noviembre de 2025, de acuerdo con cifras de Migración Colombia, se registró la llegada de 5.808.657 visitantes no residentes. Los extranjeros no residentes participaron con el 73% del total de llegadas al país con 4.216.978 visitantes y tuvieron un incremento del 4% frente al mismo periodo de 2024.
- La generación de divisas fortaleció las economías locales. El Banco de la República registró, entre enero y septiembre de 2025, US\$8.371,7 millones por concepto de pasajeros y viajes, lo que representa un incremento del 11% respecto al mismo periodo de 2024.
- El fortalecimiento de la conectividad se logró a través de 22 rutas que iniciaron operación durante 2025. Estas rutas conectaron al país con ocho mercados internacionales: Brasil, México, Estados Unidos, Aruba, Curazao, Canadá, República Dominicana, Guatemala y Jamaica. El total de las frecuencias áreas internacionales aumentaron 10,2% a 79.050 y la capacidad de sillas un 11,6% a 14.960.302, respecto al mismo periodo de 2024.
- Colombia continúa consolidándose como un destino de clase mundial también desde sus ríos y mares. Se resalta la llegada de cruceros internacionales como National Geographic Quest y MS Hamburg por primera vez a destinos emergentes del Caribe y Pacífico, integrando comunidades locales a circuitos internacionales. En abril de 2025 el país celebró un hecho histórico para el turismo fluvial con el inicio de operaciones del AmaMagdalena, el primer crucero de lujo de AmaWaterways en Colombia. Asimismo, el 26 de octubre de 2025, el AmaMelodía, segundo barco de la compañía AmaWaterways diseñado especialmente para el río Magdalena, inició su travesía por este importante afluente colombiano. La operación, que consolida al país como destino de cruceros fluviales de lujo, contó con el acompañamiento de ProColombia en la articulación de esfuerzos con autoridades del orden nacional y regional y con el sector turístico para viabilizar y poner en marcha esta iniciativa.

- A cierre de 2025, como resultado del trabajo conjunto entre ProColombia y los operadores, recintos tradicionales y no tradicionales, asociaciones, federaciones y entidades de promoción local se captaron 661 eventos internacionales, consolidando al país como uno de los referentes regionales en la industria de reuniones.
- Se contó con la participación de más de 14.700 asistentes de los 32 departamentos en el Programa de Formación exportadora en turismo, en temas como: sostenibilidad, innovación y calidad, producto turístico, entre otros, preparando al país para exportar servicios turísticos competitivos.
- Más de 90 empresas han participado en el programa de club de producto, un laboratorio de innovación, que crea nuevas experiencias alineadas con estándares internacionales y fortaleciendo la conexión entre comunidades y mercados globales.
- En el país, se realizó una agenda pionera de turismo científico mediante la cual se recolectaron muestras en arrecifes, manglares y pastos marinos para impulsar ciencia, comunidad, turismo regenerativo y la conservación impulsa el turismo sostenible. Fue liderada por ProColombia, Paradis de colors, Coralina, Marine Mosaic y Daniels Philanthropies la realizada en San Andrés, y presentada ante The Explorers Club en Nueva York.

Reconocimientos a ProColombia

- En la versión Suramérica de los World Travel Awards 2025, ProColombia recibió el reconocimiento como Mejor Oficina de Promoción Turística de Suramérica.
- ProColombia fue reconocida como una de las marcas ganadoras en los Effie Awards Colombia 2025. El programa que, desde hace 18 años, celebra la efectividad del marketing. Humanimal Tourism recibió dos platas en las categorías Transporte, Viajes y Turismo, y Data Driven Media.
- Colombia presentó unas campañas disruptivas e innovadoras, las campañas Humanimal Tourism y Pistas de la belleza escondida, las cuales fueron reconocidas internacionalmente con tres premios en el Festival Cannes Lions, y reforzaron la imagen del país como un destino biodiverso, creativo y de vanguardia.
- En los IAB MIXX Awards Colombia, ProColombia se consolidó como Anunciante Digital del Año con múltiples oros, platas y bronce en campañas como Humanimal Tourism, Copa América y Dale la vuelta a la bandera.
- ProColombia fue galardonada con el Premio Aquila Whalesong Destination Award 2025, el cual reconoce el liderazgo y compromiso con el desarrollo de capacidades y el crecimiento sostenible en los destinos de cruceros de Colombia. Este galardón fue dado en la edición del Seatrade Cruise Global, evento internacional de la industria de cruceros celebrado en Miami.



ACERCA DE PROCOLOMBIA



Acerca de PROCOLOMBIA

Nuestro objetivo

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

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

Misión

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

Visión

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

Valores corporativos

Los valores de ProColombia son aquellos que promueve su filosofía y cultura; a través de éstos, se pretende preservar la esencia y comportamientos propios de la organización y todo el equipo que hace parte de ella. Los valores descritos a continuación son el resultado del compromiso y visión de la organización.

- 1. Innovamos para transformar:** Mejoramos con base en el aprendizaje, la escucha y la comprensión del punto de vista de otros para construir en conjunto y ejecutar efectivamente los cambios.
- 2. Inspiramos para liderar:** Lo hacemos a través del ejemplo, demostrando un alto sentido de compromiso y pasión por la misión organizacional, construyendo un alto nivel de confianza en todas nuestras relaciones.
- 3. Nos comprometemos con nuestros clientes, empresarios y mercado:** Entendemos, conectamos y solucionamos las necesidades de nuestros grupos de interés, a través de la gestión y cumplimiento de los compromisos adquiridos, así como de aprovechar las oportunidades que generan los cambios del entorno.
- 4. Trabajando juntos generamos valor exponencial:** Aprovechamos las sinergias a través de la cooperación y el trabajo en equipo que permite sumar esfuerzos en la interacción con otros.

5. Somos digitales: Comprendemos la transformación digital y la incorporamos como parte de la estrategia corporativa.

Por medio del proceso para la gestión de desempeño, se realiza acompañamiento a los equipos con el fin de desarrollar y fortalecer los valores corporativos descritos anteriormente para que a través de competencias organizacionales contribuyan a los resultados del negocio.

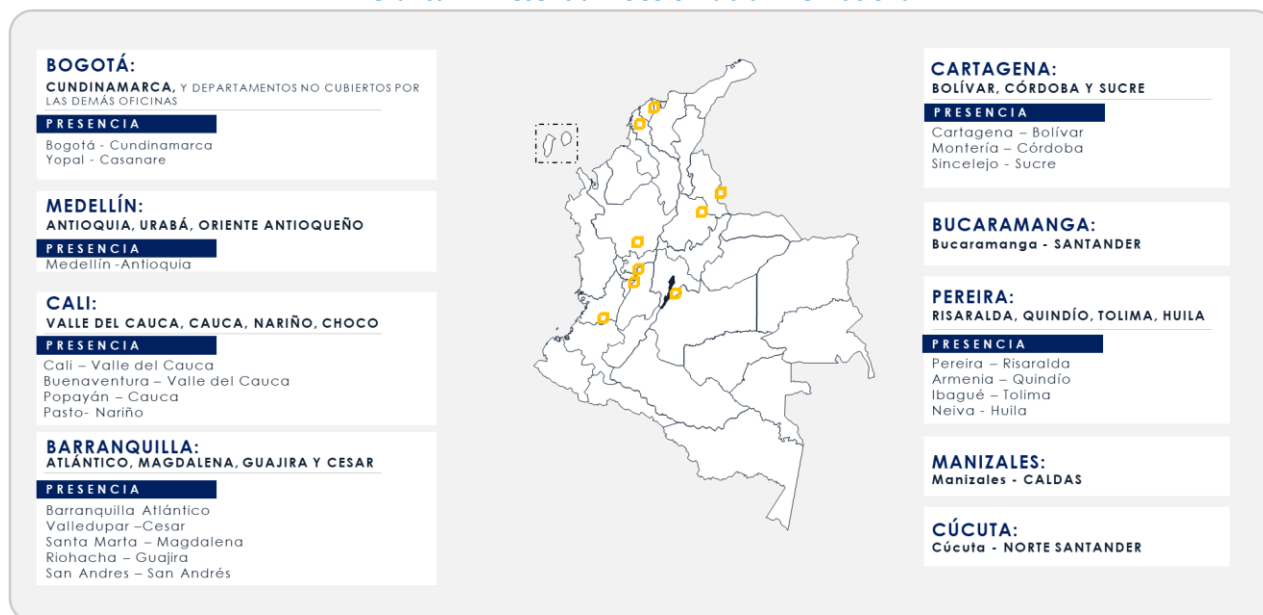
Presencia en Colombia y en el mundo

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

- **Presencia a nivel nacional**

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

Gráfica 1. Presencia ProColombia a nivel nacional



Fuente: Elaboración Propia – ProColombia

• Presencia a nivel mundial

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

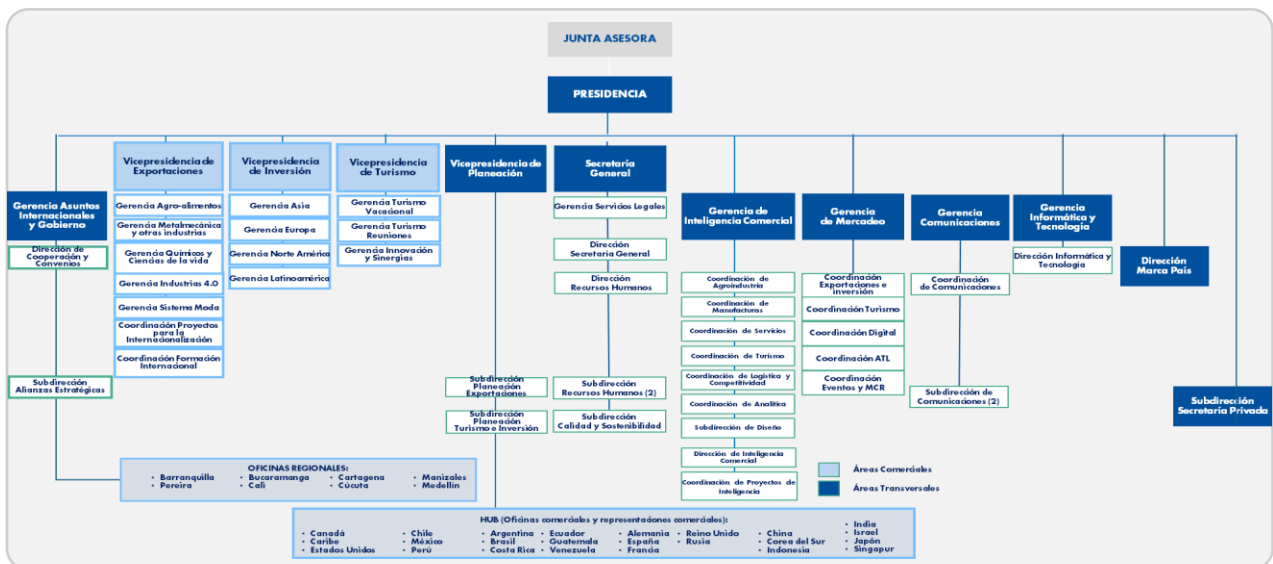
Gráfica 2. Presencia ProColombia a nivel internacional



Fuente: Elaboración Propia – ProColombia

Estructura Organizacional

Gráfica 3. Estructura organizacional ProColombia



Fuente: Elaboración Propia – ProColombia

Gobierno Corporativo

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

- **Instancias de toma de decisiones**

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

Junta Asesora

Es la encargada, entre otras funciones, de la evaluación y aprobación de la estrategia, metas, planta de personal y presupuesto, así como de realizar el seguimiento a la gestión. Está integrada por el Ministro de Comercio, Industria y Turismo Exterior, o su delegado, quién la preside; el Presidente del Banco de Comercio Exterior, en cuya ausencia podrá actuar como suplente el representante legal del Banco que el Presidente designe; dos personas designadas por el Presidente de la República, de libre nombramiento y remoción, en cuya ausencia actuarán los suplentes que él designe; dos representantes titulares del sector privado con sus respectivos suplentes, designados por el Presidente de la República. El presidente de Fiducoldex asiste a la Junta (tiene voz, pero no voto).

Comité de Presidencia

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

Comités de áreas

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

Mecanismos de transparencia

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

Políticas de transparencia, ética y buen gobierno

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

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

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

La Gestión de Riesgos forma parte de la cultura organizacional, permitiendo la identificación y/o anticipación a situaciones que pueden afectar el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

ProColombia ha implementado una política que busca optimizar y agilizar la respuesta organizacional ante posibles materializaciones de riesgos, y que sirva como un insumo estratégico en la toma de decisiones, de acuerdo con los lineamientos establecidos por Fiducoldex.

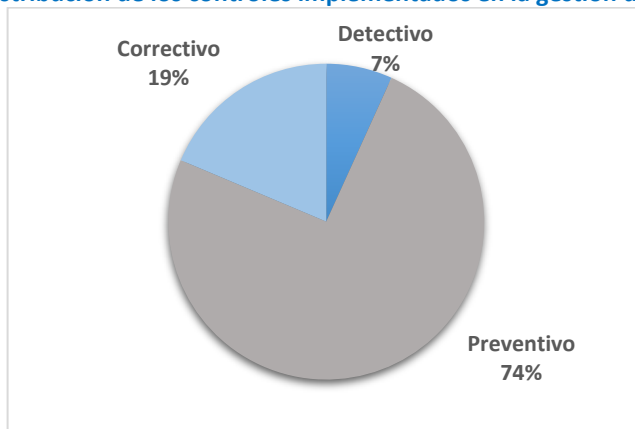
Política de Gestión de Riesgos:

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

La metodología de Gestión de Riesgos se rige bajo los lineamientos del Sistema de Administración de Riesgos (SIAR) de Fiducoldex y tiene como referencia su protocolo de evaluación de riesgo operacional. Para 2025 se identificaron 59 riesgos, los cuales se clasifican entre estratégicos, operacionales, normativos, datos personales, reputacionales, LAFT, financieros, legales, fraude, corrupción, de seguridad de la información y tecnológicos.

En comparación con 2024, aunque el número de riesgos aumentó de 58 a 59, la validación de los controles definidos en la matriz de 2025, frente al periodo anterior, evidencia una reducción en el número de controles identificados, pasando de 185 a 177. Esta disminución obedece a la revisión realizada sobre la funcionalidad, pertinencia y relación de los controles previamente identificados respecto de los riesgos definidos en los procesos. Adicionalmente, como parte de este análisis, se observa que, en cuanto al tipo de controles identificados, su clasificación se mantiene muy similar a la registrada en 2024 de la siguiente manera:

Gráfica 4. Distribución de los controles implementados en la gestión de riesgos 2025

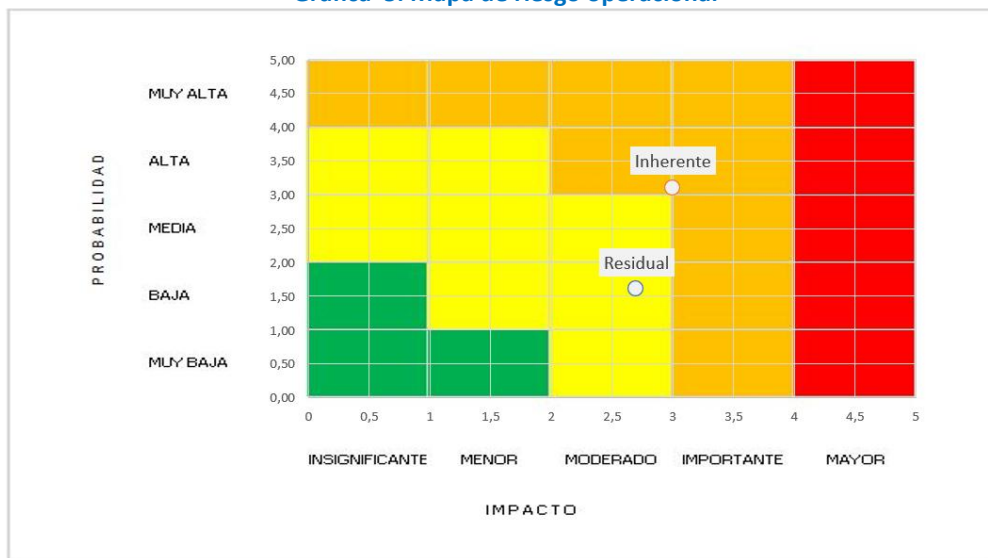


Fuente: Cálculos ProColombia

Respecto a 2024, la única diferencia identificada, adicional al número total de controles, es que el porcentaje de controles correctivos pasó de 20% a 19% y dicha diferencia aumentó en los controles de tipo detectivo con un 6% en 2024 y un 7% en 2025, frente a los controles de tipo preventivo se mantiene el mismo porcentaje de distribución, caracterizando así a ProColombia como una organización con enfoque preventivo frente a la gestión de sus riesgos.

Como resultado general para 2025, la calificación inherente (inicial) de los riesgos ubicó a la organización en su mapa de riesgos, en un perfil de riesgo catalogado como “ALTO”, sin embargo, gracias a la ejecución de la metodología de riesgos implementada y la evaluación de los controles identificados en los distintos procesos, la calificación inherente presenta una reducción, obteniendo una calificación residual que ubica a ProColombia en un perfil de riesgo “MEDIO”, evidenciando así no solo la robustez y eficacia de los controles, sino que también se refuerza el enfoque preventivo mencionado previamente, dado que el mayor efecto de la calificación de los riesgos evidencia una mayor disminución sobre su probabilidad de ocurrencia.

Gráfica 5. Mapa de riesgo operacional



Fuente: Matriz de Riesgos ProColombia 2025

- **Gestión de calidad**

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

Política de Calidad:

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

El Sistema de Gestión de Calidad de la organización se encuentra certificado bajo la norma ISO 9001:2015 el cual es otorgado por parte del ICONTEC. Para 2025, como resultado de la auditoría externa realizada por el ente certificador se logró mantener la certificación para ProColombia, con cero No Conformidades.

- **Control y rendición de cuentas**

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

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

La Sostenibilidad es nuestro modelo

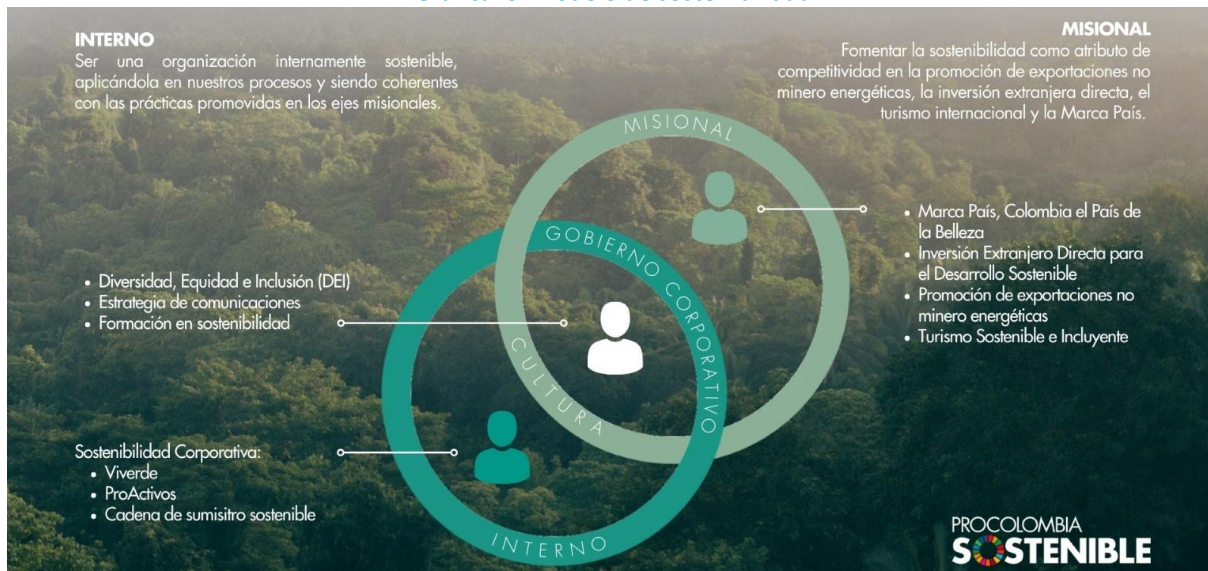
Como agencia de promoción del país en materia de inversión extranjera directa, exportaciones no minero energéticas, turismo internacional y Marca País, contribuye al desarrollo sostenible de Colombia y define su rol en torno a los siguientes aspectos:

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

Conscientes de este rol, se implementa un modelo de sostenibilidad, como herramienta estratégica transversal, útil para el cumplimiento de los objetivos misionales y a la vez permite mantener la coherencia

entre lo que se promueve y lo que se practica. El Modelo de Sostenibilidad establece dos compromisos fundamentales, los cuales están estrechamente ligados como se observa en la siguiente gráfica:

Gráfica 6. Modelo de sostenibilidad



Fuente: Elaboración Propia – ProColombia

Asuntos materiales de ProColombia

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

En ese sentido, se identificaron los temas materiales, considerando como marco de referencia los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), los estándares GRI y la planeación estratégica de la organización.

A continuación, se presentan los temas materiales identificados:

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

Compromiso	Temática	Descripción	Alineación ODS	Alineación GRI
Interno	Transparencia y ética	Para ProColombia es esencial fortalecer la confianza de sus grupos de interés, por lo cual implementa procesos que le permiten garantizar que las operaciones de la entidad se desarrollen de manera responsable, alineada con estándares éticos y buenas prácticas organizacionales.	<ul style="list-style-type: none"> • ODS 16: Paz, justicia e Instituciones Sólidas 	<ul style="list-style-type: none"> • GRI 205: Anticorrupción • GRI 416: Salud y seguridad de los clientes • GRI 418: Privacidad del cliente
	Impacto ambiental	ProColombia es consciente que, como parte de sus actividades genera un impacto al medio ambiente, razón por la cual lleva a cabo acciones para disminuir tales impactos de la misma manera que lo promueve en las empresas con las que trabaja.	<ul style="list-style-type: none"> • ODS 6: Agua limpia y saneamiento • ODS 7: Energía asequible y no contaminante • ODS 12: Producción y consumo responsables • ODS 13: Acción por el clima 	<ul style="list-style-type: none"> • GRI 302: Energía • GRI 303: Agua y efluentes • GRI 305: Emisiones • GRI 306: Residuos

Compromiso	Temática	Descripción	Alineación ODS	Alineación GRI
	Cero discriminación	ProColombia basa su cultura organizacional bajo los pilares del respeto por los derechos humanos, los derechos laborales, la diversidad, la equidad y la inclusión, desarrollando y promoviendo espacios libres de discriminación.	<ul style="list-style-type: none"> • ODS 5: Igualdad de Género • ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico • ODS 10: Reducción de las Desigualdades 	<ul style="list-style-type: none"> • GRI 401: Empleo • GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo • GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades • GRI 406: No discriminación • GRI 408: Trabajo infantil • GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio
	Impacto social	ProColombia promueve, facilita y apoya el trabajo voluntario de los colaboradores con el objetivo de generar un impacto positivo en la sociedad y complementar el trabajo con población diferencial desarrollado desde los ejes misionales.	<ul style="list-style-type: none"> • ODS 1: Fin de la pobreza • ODS 4: Educación de calidad • ODS 10: Reducción de las Desigualdades • ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos 	<ul style="list-style-type: none"> • GRI 413: Comunidades locales
	Nuestro talento	ProColombia busca brindar las herramientas necesarias para el desarrollo individual y colectivo del Talento ProColombia, de acuerdo con las necesidades tanto de la organización como de los colaboradores, brindándoles un lugar donde pueden formarse, desarrollarse y crecer.	<ul style="list-style-type: none"> • ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico 	<ul style="list-style-type: none"> • GRI 404: Formación y educación
	Cadena de valor sostenible	ProColombia lleva a cabo un trabajo en conjunto con los proveedores en la implementación de prácticas sostenibles, propiciando espacios para compartir buenas prácticas, ampliando la base de proveedores que implementen acciones en esta materia, y generando políticas de selección y evaluación sostenible en la cadena de valor.	<ul style="list-style-type: none"> • ODS 5: Igualdad de Género • ODS 6: Agua limpia y saneamiento • ODS 7: Energía asequible y no contaminante • ODS 10: Reducción de las Desigualdades • ODS 12: Producción y consumo responsables • ODS 13: Acción por el clima 	<ul style="list-style-type: none"> • GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores • GRI 414: Evaluación social de proveedores
Misional	Derechos humanos, diversidad, equidad e inclusión	ProColombia se compromete a promover la igualdad de oportunidades para todas las personas independientemente de su género, edad o condición social, impulsando el trabajo digno y el comercio justo, incluso en territorios con enfoque diferencial, mediante acciones que permitan aprovechar las oportunidades comerciales del segmento de diversidad, equidad e inclusión, acorde con las exigencias mundiales y las directrices gubernamentales.	<ul style="list-style-type: none"> • ODS 1: Fin de la pobreza • ODS 5: Igualdad de Género • ODS 10: Reducción de las Desigualdades • ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos 	<ul style="list-style-type: none"> • GRI 411: Derechos de los pueblos indígenas • GRI 413: Comunidades locales
	Desarrollo económico	Mediante el cumplimiento de los objetivos organizacionales, la organización aporta al desarrollo económico sostenible del país, a través de la promoción de Colombia en los mercados externos y el acompañamiento a empresarios nacionales e internacionales.	<ul style="list-style-type: none"> • ODS 1: Fin de la pobreza • ODS 2: Hambre cero • ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico • ODS 9: Industria, innovación e infraestructura • ODS 10: Reducción de las Desigualdades • ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos 	<ul style="list-style-type: none"> • GRI 201: Desempeño económico • GRI 203: Impactos económicos indirectos

Compromiso	Temática	Descripción	Alineación ODS	Alineación GRI
	Contribución al medio ambiente	Como parte de la gestión de ProColombia y su alcance misional, es fundamental participar en iniciativas y generar acciones que permitan que Colombia logre sus metas ambientales y aproveche de una manera responsable sus recursos naturales.	<ul style="list-style-type: none"> • ODS 6: Agua limpia y saneamiento • ODS 7: Energía asequible y no contaminante • ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles • ODS 12: Producción y consumo responsables • ODS 13: Acción por el clima • ODS 14: Vida submarina • ODS 15: Vida de ecosistemas terrestres • ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos 	<ul style="list-style-type: none"> • GRI 302: Energía • GRI 303: Agua y efluentes • GRI 304: Biodiversidad • GRI 305: Emisiones • GRI 306: Residuos
	Transferencia del conocimiento	En el marco de la estrategia misional de ProColombia, es fundamental desarrollar espacios de divulgación de conocimiento alrededor del territorio colombiano, llegando a las regiones más apartadas del país, a través de los cuales se fortalece la oferta colombiana, contribuyendo al desarrollo social y económico de las comunidades.	<ul style="list-style-type: none"> • ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico • ODS 9: Industria, innovación e infraestructura • ODS 10: Reducción de las Desigualdades 	<ul style="list-style-type: none"> • GRI 404: Formación y educación
	Promoción de Colombia, El País de la Belleza	Para ProColombia es fundamental aprovechar los atributos positivos de Colombia para posicionar al país con un valor diferencial, que facilite el desarrollo de negocios y el turismo internacional.	<ul style="list-style-type: none"> • ODS 5: Igualdad de Género • ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico • ODS 12: Producción y consumo responsables • ODS 13: Acción por el clima 	<ul style="list-style-type: none"> • GRI 302: Energía • GRI 305: Emisiones • GRI 401: Empleo • GRI 412: Derechos Humanos
	Sinergias con otras organizaciones	ProColombia trabaja de la mano con distintas organizaciones por medio de alianzas estratégicas y de cooperación que potencializan el impacto, generan una optimización de recursos y permiten un crecimiento sostenido de la gestión comercial de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> • ODS 16: Paz, justicia e Instituciones Sólidas • ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos 	

Fuente: Elaboración Propia -ProColombia

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

ProColombia cuenta con una Política de Derechos Humanos, Diversidad, Equidad e Inclusión, la cual establece un compromiso que facilita generar acciones enfocadas a fomentar un entorno de trabajo inclusivo y diverso en el que se valoren y respeten las diferencias individuales, así como la igualdad de oportunidades para todas las personas independientemente de su género, edad o condición social, impulsando el trabajo digno y el comercio justo, aprovechando las oportunidades comerciales del segmento de diversidad, equidad e inclusión, acorde con las exigencias mundiales y las directrices gubernamentales.

De acuerdo con lo anterior y en coherencia con los lineamientos internacionales y nacionales, ProColombia toma en cuenta los siguientes aspectos como parte de todas sus acciones:

- El trato digno, respetuoso, equitativo y tolerante en todas las actividades que lleva a cabo ProColombia como parte de su operación, lo cual se refleja a través de las políticas organizacionales y lo dispuesto en el código de ética.

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

Grupos de interés

Tabla 2. Identificación de grupos de interés transversales y misionales

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

Fuente: Elaboración Propia -ProColombia



CONTEXTO MACROECONÓMICO, AMBIENTAL Y SOCIAL



Contexto macroeconómico, ambiental y social

Contexto Macroeconómico

Acorde con las cifras más recientes del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), entre enero y septiembre de 2025, la economía colombiana creció un 2,8% en comparación con el mismo período de 2024, superando de forma consecutiva los crecimientos del 2,6% y 2,4% registrados en los trimestres anteriores, gracias a una fuerte demanda agregada de los hogares y el gobierno. Asimismo, al analizar el tercer trimestre de 2025 (julio-septiembre), se registró un crecimiento del 3,6% en comparación con el mismo lapso de 2024, es el incremento más alto registrado desde 2022.

El Fondo Monetario Internacional (FMI), en su Informe de Perspectivas de la Economía Mundial de octubre 2025, estima que el crecimiento de la economía de Colombia para 2025 será de 2,5%. Colombia tendría un crecimiento superior al de Venezuela (0,5%), Bolivia (0,6%), México (0,9%), Brasil (2,4%) y al de la región de América Latina y el Caribe (2,4%). Mientras que, a nivel regional, Bogotá lideraría el crecimiento en 2025 con 30% de acuerdo con el Informe de Prospectiva Económica de Fedesarrollo de octubre, gracias al dinamismo de las actividades comerciales y artísticas. La seguirían las regiones Central (2,9%) y Pacífica (2,5%) favorecidas por el buen desempeño del comercio exterior y el sector agropecuario.

En términos de sectores, de enero a septiembre de 2025, 10 de las 12 actividades económicas registraron expansión en comparación con el mismo período de 2024. Los mayores crecimientos se observaron en actividades artísticas, de entretenimiento y recreación, y otras actividades de servicios (9,4%), comercio al por mayor y al por menor (5,1%), administración pública, educación y salud (4,4%), agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca (4,1%), actividades financieras y de seguros (3,5%) e industrias manufactureras (2,1%). Por otro lado, las caídas más pronunciadas se dieron en la explotación de minas y canteras (-7,2%) y el sector de la construcción (-2,7%).

En 2025, el crecimiento económico ha sido impulsado principalmente por el sólido desempeño del sector terciario, incluyendo actividades artísticas, de entretenimiento y recreación, junto con el dinamismo sostenido del sector agropecuario. Cabe destacar, además, que el sector manufacturero dio claras señales de recuperación, impulsado por la fortaleza del consumo privado y el incremento en la inversión en maquinaria y equipo.

La inflación anual registró una leve aceleración en noviembre, alcanzando el 5,3% frente al 5,2% observado en 2024. Esta convergencia más lenta hacia el objetivo del Banco de la República se atribuye, fundamentalmente, a un ciclo alcista más persistente en los precios de los alimentos perecederos y a incrementos no anticipados en la cotización internacional de alimentos y fertilizantes. Por consiguiente, la política monetaria mantendrá una postura restrictiva, con el fin de asegurar que la inflación converja a la meta, mitigando los crecientes riesgos y la incertidumbre en el ámbito internacional. Se espera que, bajo este escenario, la tasa de intervención del Banco de la República se mantenga y se sitúe en 9,25% a mitad del 2026.

A lo largo de los últimos 40 años, la economía colombiana ha demostrado una notable resiliencia frente a las crisis globales. A diferencia de muchos países latinoamericanos, el país registró crecimientos negativos en solo dos ocasiones: durante la crisis financiera de 1999 y la pandemia de 2020. Esta estabilidad se ha

traducido históricamente en un crecimiento promedio superior al de la región, consolidando a Colombia como una economía sólida con perspectivas favorables. Si bien el país enfrenta desafíos importantes, su estabilidad se fundamenta en una sólida gestión macroeconómica y en la aplicación de políticas prudentes y mecanismos de ajuste contracíclico, elementos que han sido clave para afrontar con éxito los retos del entorno global.

Contexto ambiental y social

Colombia se ha consolidado como un referente regional en la adopción de políticas y marcos normativos orientados al desarrollo sostenible, integrando los principios ambientales, sociales y de gobernanza en sus marcos regulatorios. Alineado con la agenda global, el país ha ratificado convenios internacionales clave y ha fortalecido su institucionalidad para promover la conservación de la biodiversidad, la acción climática, la inclusión social y el crecimiento económico sostenible, reafirmando así su compromiso con la sostenibilidad.

En 2025, el país dio un paso relevante, al iniciar la entrada en vigor operativa del Plan de Acción de Biodiversidad 2030, alineado con el Marco Global Kunming–Montreal. Este plan establece seis metas nacionales y 191 acciones estratégicas, orientadas a detener y revertir la pérdida de biodiversidad, restaurar ecosistemas, fortalecer la bioeconomía y consolidar mecanismos de financiamiento e implementación territorial. Como reconocimiento a la solidez técnica, ambición y coherencia de este instrumento, Colombia fue galardonada con la medalla internacional “NBSAP Reverse the Red 2025”, otorgada por la iniciativa global Reverse the Red, destacando al país como referente internacional en planificación estratégica para la biodiversidad.

En continuidad con los avances alcanzados tras la realización de la COP16 de Biodiversidad en Cali en 2024, primera Conferencia de las Partes, posterior a la adopción del Marco Global de Biodiversidad Kunming–Montreal, durante 2025 Colombia avanzó en la implementación y consolidación progresiva de los principales resultados estructurales derivados de este proceso. En particular, el país participó activamente en la puesta en marcha inicial del Cali Fund, un mecanismo financiero multilateral orientado a garantizar la distribución justa y equitativa de los beneficios derivados del uso de información genética digital, avanzando en la definición de su estructura de gobernanza, principios operativos y criterios de asignación, con el compromiso de destinar al menos el 50 % de los recursos a pueblos indígenas y comunidades locales¹. De manera complementaria, se fortaleció la agenda internacional de Paz con la Naturaleza, consolidando el liderazgo de Colombia en la articulación entre biodiversidad, justicia social y acción climática, y sentando las bases para una implementación efectiva de los compromisos asumidos a nivel global.

De la misma manera, el Gobierno Nacional continuó avanzando en la implementación de las Políticas de Reindustrialización, Comercio Exterior y Turismo Sostenible, las cuales han permitido brechas de productividad, fortalecer los encadenamientos productivos y la inversión extranjera para el desarrollo sostenible; diversificar y sofisticar la oferta interna y exportable, y profundizar la integración con América Latina y el Caribe, para transitar hacia una economía del conocimiento, productiva y sostenible. Asimismo, se ha logrado obtener resultados positivos en turismo, mejorando la infraestructura y seguridad, fomentando el desarrollo sostenible y fortaleciendo las economías locales con trabajo comunitario.

¹ Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2025, 25 febrero). *COP16: Lanzamiento del Fondo Cali asegura financiamiento para la biodiversidad* -. <https://www.minambiente.gov.co/cop16-lanzamiento-del-fondo-cali-asegura-financiamiento-para-la-biodiversidad/>

Colombia además presentó resultados relevantes en el período 2024–2025, aumentando la inversión pública ambiental, que pasó de \$0.92 billones a \$1.9 billones², orientados principalmente a la restauración de ecosistemas, la protección de la biodiversidad y el fortalecimiento de la justicia ambiental, lo que permitió avanzar en la recuperación de cuencas hidrográficas, la conservación de áreas estratégicas y el fortalecimiento de capacidades institucionales a nivel nacional y territorial.

De manera consistente con estos esfuerzos, los mecanismos de seguimiento a la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) indican que, a 2025, Colombia registra avances en alrededor del 72% de las metas e indicadores evaluables, ubicándose por encima del promedio regional en América Latina. Este desempeño se concentra principalmente en objetivos relacionados con el fortalecimiento de alianzas institucionales (ODS 17), la protección de los ecosistemas terrestres (ODS 15) y la producción y el consumo responsables (ODS 12), lo que evidencia una mayor articulación entre políticas públicas, sector productivo y sociedad civil en la implementación de la Agenda 2030³.

En paralelo, el país continuó avanzando en la diversificación de su matriz energética y en la transición hacia fuentes más limpias, fortaleciendo la participación de energías renovables y la implementación de iniciativas de transición energética justa, con énfasis en el acceso a energía limpia en territorios rurales y zonas históricamente rezagadas. Estas acciones han contribuido a reducir brechas de acceso, generar capacidades productivas locales y reforzar la sostenibilidad energética como un factor clave de competitividad y desarrollo territorial.

Colombia reafirmó durante 2025 su liderazgo en la protección de ecosistemas estratégicos para la seguridad hídrica, avanzando en la conservación de los páramos, ecosistemas que proveen agua a millones de personas y cumplen un rol fundamental en la regulación hídrica y climática del país. Este enfoque se ha complementado con el fortalecimiento de políticas orientadas a la economía circular y la gestión sostenible de residuos, promoviendo la reducción de residuos de un solo uso, la valorización de materiales y el reciclaje. En este marco, el país avanza en la implementación de la Estrategia Nacional de Economía Circular, en un contexto donde, de acuerdo con la información oficial del DANE, la tasa de aprovechamiento de residuos sólidos a nivel nacional se ubica alrededor del 60%, mientras que la tasa de reciclaje y nueva utilización alcanza aproximadamente el 10,5%, lo que evidencia avances relevantes en valorización de residuos, así como oportunidades de fortalecimiento para aumentar el reciclaje efectivo y la circularidad de los materiales. Estas acciones contribuyen de manera directa a la reducción de impactos ambientales en sectores productivos y urbanos, al tiempo que fortalecen nuevos modelos de negocio, innovación y empleo verde⁴.

² Presidencia de la República. (2025, 27 octubre). *Gobierno nacional duplicó inversión anual del sector ambiental: pasó de \$0,92 billones a \$1,9 billones.* (s. f.). Presidencia de la República. <https://www.presidencia.gov.co/prensa/Paginas/Gobierno-nacional-duplico-inversion-anual-del-sector-ambiental-paso-de-0-92-251027.aspx>

³ Departamento Nacional de Planeación. (2024). *Informe anual de avance de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en Colombia.* Sistema Nacional de Evaluación de Gestión y Resultados – SINERGIA. Gobierno de Colombia. https://colaboracion.dnp.gov.co/sites/CDDNP/Sinergia/2025/Informe_Anuar_ODS_Colombia_2024.pdf

⁴ Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. (2024). *Boletín técnico: Cuenta ambiental y económica de flujos de materiales – Residuos sólidos (CAEFM-RS), 2023 preliminar, sección Composición de los residuos sólidos municipales.*

<https://www.dane.gov.co/files/operaciones/CAEFM-RS/bol-CAEFMRS-2023pr.pdf>



MARCA PAÍS,
COLOMBIA
EL PAÍS DE
LA BELLEZA



Marca País, Colombia el país de la belleza

En 2025, la Marca País fortaleció el posicionamiento de la narrativa “Colombia, el País de la Belleza” entre colombianos y extranjeros, a través de acciones estratégicas que fomentaron el amor por Colombia, su cultura, saberes y tradiciones. Estas iniciativas permitieron que más personas, dentro y fuera del país, reconocieran la Marca País como un ícono que exalta los atributos de nuestra gente, productos, territorios y el cuidado de la vida.

Acciones para el posicionamiento de la marca país

La marca estuvo presente en eventos en el que los asistentes nacionales e internacionales pudieron conocer de cerca la esencia de Colombia con la participación de más de 500 mil personas. En el entorno digital, la comunidad creció en más de 20.000 nuevos seguidores, alcanzando más de 13 millones de impresiones⁵ y generando contenidos que superaron las 755.000 visualizaciones⁶.

Estos avances se complementaron con el fortalecimiento de los espacios de relacionamiento y orgullo nacional, donde se tuvo contacto con más de 4.500 empresarios y artistas en estrategias digitales, así como una alianza con Migración Colombia para *brandear* los puntos de entrada al país, y llevar el mensaje de la narrativa, Colombia, el país de la belleza. Al mismo tiempo, se avanzó en la planeación del libro de Marca País y en la creación de trivias digitales para conectar con nuevos públicos. Más información ver [aquí](#).

En línea con el propósito de **apropiar lo que somos**, se desarrollaron campañas como #EnamórateDelPaísDeLaBelleza, “*Mamá, tus antojos nos hicieron colombianos*”, “*Un papá que resuelve*” y #EfectoColombiano, que generaron más de 5.2 millones de impresiones y un 4.2% de *engagement*⁷, conectando emocionalmente con distintos públicos. Además, se ejecutaron planes de difusión durante los carnavales, la FILBo y el Pride, con la participación de influenciadores y figuras públicas que reforzaron el orgullo nacional.

Gráfica 7. Publicaciones en redes sociales



Fuente: Publicación en Instagram. Ver [aquí](#).

Se destaca el lanzamiento de la [docuserie](#) “Más allá de Macondo”, sobre los escenarios turísticos que inspiraron a la serie Cien Años de Soledad como parte de la estrategia de promoción internacional de Colombia. La docuserie consta de tres episodios que entrelazan el universo de Macondo con la riqueza cultural y natural del país.

⁵ Corresponde al número de veces que un contenido, como un anuncio, publicación o mensaje, es se muestra por ejemplo en la pantalla.

⁶ Indica cuántas veces un usuario interactúa activamente o hace clic para abrirlo.

⁷ Nivel de interacción y participación que genera el contenido entre la audiencia.

Para ampliar la presencia territorial y reforzar la narrativa, se diseñó la estrategia de ferias y fiestas y se implementaron 8 planes de medios nacionales e internacionales, consolidando el posicionamiento de la marca a nivel nacional e internacional.

Con el fin de potencializar las **alianzas estratégicas**, se firmaron 206 contratos para la licencia de uso de la Marca País con actores del sector público y privado, que se convirtieron en multiplicadores de la marca. Se han generado más de 3.500.000 impresiones orgánicas y miles de interacciones a través de campañas y contenidos cocreados, además de la participación en eventos de alto impacto como Bogotá Fashion Week, Colombia Moda, 500 años de Santa Marta de la mano del diseñador Hernan Zajar, Rock al Parque, [Chicamocha Canyon Race](#), Sabor Barranquilla, Festival Cordillera, [Festival Estéreo Picnic](#), entre otros, fortaleciendo su visibilidad en todo el país.

Para **tangibilizar la marca**, la Tienda Colombia participó en actividades clave como Colombia Travel Mart (CTM), Colombia Nature Travel Mart (CNTM) y Macrorrueda 2025, lanzando además nuevos productos — agenda eco, pines, bolsas enrollables y termos— que ampliaron los puntos de contacto y generaron recursos reinvertidos en la promoción de la marca.

Las campañas de 2025 también recibieron reconocimiento en los IAB MIXX Awards, donde #DaleLaVueltaATuBandera ganó oro y la campaña de Copa América obtuvo dos bronces.

Alineación de la Marca País con los Objetivos de Desarrollo Sostenible



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



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



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



Acciones conjuntas con los aliados y embajadores de marca país.



INVERSIÓN
EXTRANJERA DIRECTA
PARA EL DESARROLLO
SOSTENIBLE Y LA
TRANSICIÓN
ENERGÉTICA



Inversión Extranjera Directa para el Desarrollo Sostenible y la Transición Energética

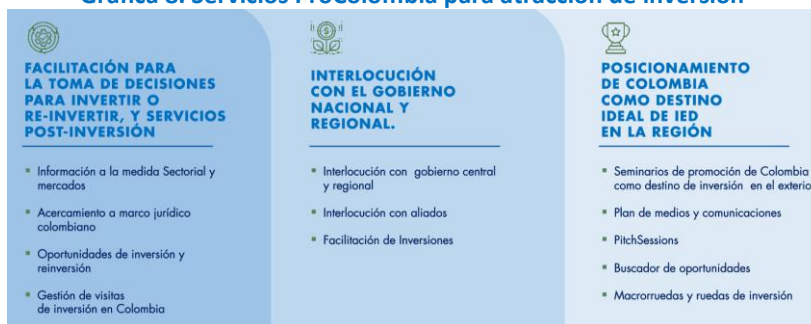
Según el Banco de la República, en su informe de la evolución de la balanza de pagos y de la posición de la inversión internacional publicado en diciembre de 2025⁸ durante los primeros nueve meses de 2025 por concepto de inversión extranjera directa - IED se recibieron US\$9.160 millones (2.8% del PIB enero-septiembre). Su distribución por actividad económica fue: minería y petróleo (27%), servicios financieros y empresariales (26%), industria manufacturera (16%), electricidad (8%), transporte y comunicaciones (7%), y el resto de los sectores (16%). Por tipo de aporte de capital, se estima que, del total de ingresos recibidos por IED, US\$4.482 millones corresponden a participaciones de capital, US\$3.490 millones a reinversión de utilidades y US\$1.188 millones a desembolsos netos por deudas entre empresas con relaciones de inversión directa.

La gestión de ProColombia contribuye a las cifras de inversión reportadas por el Banco de la República y, como entidad ejecutora de la política del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, impulsa activamente la IED para fortalecer los territorios y apoyar la reindustrialización del país.

Estrategia de promoción para la atracción de inversión extranjera directa

El continuo acompañamiento y la promoción realizada por ProColombia ha permitido que los inversionistas sigan eligiendo a Colombia - El País de la Belleza como destino de inversión. Para lo cual el patrimonio ofrece un **portafolio de servicios** orientado a facilitar decisiones de inversión y reinversión, mantiene comunicación constante con el Gobierno Nacional y regional para mejorar el clima de negocios y trabaja en posicionar a Colombia como un destino atractivo para los inversionistas (Ver gráfica 8). Este esfuerzo se desarrolla de manera articulada con actores como las Agencias Regionales de Promoción de Inversión (APRIs), Cámaras de Comercio, Zonas Francas y autoridades locales, asegurando cobertura en todas las regiones del país.

Gráfica 8. Servicios ProColombia para atracción de inversión



Fuente: <https://investincolombia.com.co/es/contacto>

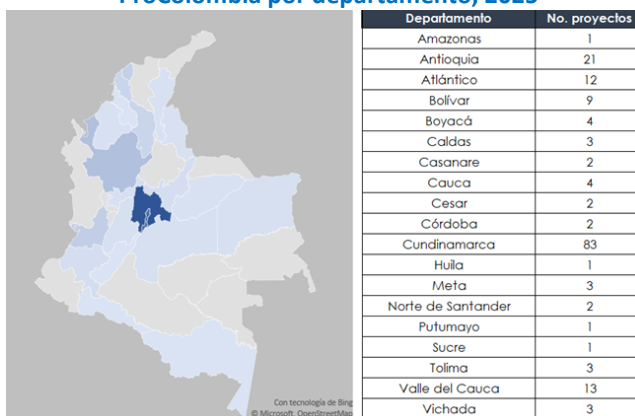
En 2025, se contactaron o acompañaron a más de 2.800 empresarios inversionistas o potenciales inversionistas extranjeros con el fin de dar a conocer las oportunidades que ofrece el país. Como resultado de esto, 146 empresarios informaron a ProColombia 170 proyectos de inversión por un valor estimado de

⁸ Informe disponible en el siguiente enlace: <https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/informeBOP202503.pdf>

US\$5.647 millones para ser ejecutados en promedio en 3 años, y en los cuales los inversionistas esperan generar 47.813 empleos, tanto directos como indirectos.

De acuerdo con la información entregada por los empresarios, los 170 proyectos serán desarrollados en 54 municipios de 19 departamentos (6 municipios PDET y 14 ZOMAC). Bogotá mantuvo su liderazgo como principal receptor con 70 proyectos, la inversión también mostró dinamismo en departamentos como Antioquia con 21 proyectos, seguido por Valle del Cauca y Cundinamarca (sin Bogotá), cada uno con 13 proyectos. Otros departamentos que registraron proyectos incluyen Atlántico, Bolívar, Boyacá, Meta, Vichada, Tolima, entre otros.

Gráfica 9. Número de proyectos reportados por inversionistas a ProColombia por departamento, 2025*



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

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

Resultados de las apuestas de reindustrialización y habilitantes

Con el objetivo de contribuir a lo planteado en la Política Nacional de Reindustrialización, desde ProColombia y el Ministerio de Comercio, Industria, y Turismo se trabaja en la promoción de la atracción de inversión en transición energética justa y sostenible, reindustrialización del sector salud, soberanía alimentaria y agroindustrialización, defensa y en los habilitantes que hacen que estos proyectos puedan desarrollarse. En ese orden, a continuación, se comparte más información al respecto.

• Transición energética

25 proyectos con una inversión estimada de US\$1.529 millones de 20 inversionistas de China, Estados Unidos, Francia, entre otros y que aportan en proyectos de energía solar fotovoltaica, así como inversiones de fondos de capital privado.

Desde la organización se busca atraer inversión extranjera que promueva la diversificación de la matriz energética, integrando las energías alternativas. Se destacan los siguientes resultados:

- **World Hydrogen Summit 2025:** ProColombia participó por primera vez con un stand país que permitió visibilizar el potencial como proveedor estratégico de hidrógeno y fortalecer la atracción de inversión extranjera en el sector, con la participación de más de 40 actores del exterior.
 - **Caso de éxito:** La empresa francesa **EDF** se encuentra desarrollando en Villavicencio, Meta el proyecto de energía solar fotovoltaica BSL7, destinado a la generación de 100 MWn de energía renovable, con conexión aprobada por la Unidad de Planeación Minero-Energética - UPME. Este proyecto tiene como propósito generar un impacto positivo en la comunidad y en el medio ambiente, con un énfasis especial en la empleabilidad local, estimándose la creación de alrededor de 1.000 empleos directos y 3.500 indirectos durante su desarrollo.
- **Reindustrialización sector salud**

10 proyectos con inversionistas de Estados Unidos, México, entre otros, en los que aporta a la estrategia de expansión y fortalecimiento del sector salud mediante inversiones que integran innovación, sostenibilidad y bienestar social, las cuales permitieron la creación de nuevas sedes de clínicas, entre otros proyectos de impacto para el país.

Mediante este tipo de inversión, Colombia aumenta su capacidad de producción local de medicamentos, vacunas, excipientes activos, dispositivos y partes para dispositivos médicos. Se destacan los siguientes resultados:

- **XXVII Congreso Latinoamericano e Ibérico de Químicos Cosméticos:** por primera vez ProColombia participó en este evento con un stand institucional. Se realizaron reuniones uno a uno con 20 empresas participantes, lo que permitió fortalecer vínculos comerciales, identificar nuevas oportunidades de cooperación y posicionar la oferta nacional dentro de un ecosistema altamente competitivo e innovador.
 - **Caso de éxito:** La empresa farmacéutica mexicana **Laboratorios Sanfer** se expande con la adquisición de la farmacéutica Vitalis, permitiendo consolidar su presencia en Colombia y aumentar la producción de medicamentos genéricos para suplir la demanda del mercado en el país y en la región.
- **Agroindustrialización y Soberanía alimentaria**

23 proyectos por un valor estimado de más de US\$420 millones, dentro de los que se encuentran tipos de inversión como alianzas estratégicas por *Join Venture*, inversiones de fondos de capital o *venture capital*, re-inversiones, entre otros, que tienen impacto en proyectos productivos que también contribuyen a la vocación exportadora e influyen en el desarrollo de más de 10 municipios.

Con el fin de impulsar la producción del agro colombiano, se resaltan los siguientes resultados:

- **Nación Berries:** Participación en el primer evento del sector de berries en Bogotá, en donde ProColombia participó a través de un stand con enfoque en atención a las empresas de la cadena de valor. Así mismo en este evento se priorizó la búsqueda de proyectos estructurados de arándanos.

- **Territorio Aguacate 2025:** Participación en el evento organizado en Medellín por Agrilink, en donde se reúnen los actores de la cadena de valor del sector de aguacate en Colombia. Desde ProColombia se tuvo representación con un stand con la participación de 26 empresas con enfoque en el crecimiento de este sector.
- **Caso de éxito: PepsiCo- alimentos procesados:** La empresa multinacional estadounidense realizó una reinversión en el montaje de un nuevo centro logístico y de distribución, así como la construcción y puesta en operación de un laboratorio para el análisis y conservación de la materia prima (papa) principalmente proveniente de Boyacá y Cundinamarca. De acuerdo con información de la empresa, se espera generar más de 200 empleos directos. Con esta inversión se busca el fomento agrícola en el sector piscicultor de las regiones de Boyacá y Cundinamarca.
- **Reindustrialización defensa y vida**

En pro del desarrollo de los sectores astillero y aeronáutico, de infraestructura y servicios tecnológicos desde ProColombia se logró la atracción de un proyecto de inversión.

Se resaltan los siguientes resultados:

- **F-Air:** En el marco de la feria en Rionegro, Antioquia —con Suecia como país invitado— ProColombia gestionó acercamientos y alianzas con Business Sweden y la Embajada de Colombia en Suecia para apoyar una delegación de empresas suecas participantes. Como parte de la estrategia, ProColombia articuló espacios para identificar oportunidades de inversión y cooperación tecnológica con actores del ecosistema aeronáutico colombiano (Aeronáutica Civil, operadores aeroportuarios, proveedores Mantenimiento, Reparación y Operaciones-MRO y aliados regionales) y gestionó una delegación de empresas suecas con potencial e interés de invertir en sectores como: soluciones de energía solar para infraestructura aeroportuaria, equipamiento y plataformas para mantenimiento aeronáutico, tecnologías de seguridad y monitoreo (incluido uso de drones) y conectividad e infraestructura digital para aeropuertos. Adicionalmente, ProColombia participó presentando su portafolio de servicios y el perfil sectorial del país y fue invitado al Comité Aeroespacial ANDI, fortaleciendo su rol en la agenda de articulación sectorial.
- **Caso de éxito:** El inversionista **SCHOTTEL de Colombia S.A.S**, cuya casa matriz se encuentra en Alemania realizó una reinversión que expande y especializa la capacidad instalada en Cartagena para atender el ciclo de vida de los sistemas de propulsión (azimutales) de clientes en Colombia y Latinoamérica. Esta reinversión fortalece a Cartagena como hub regional para mantenimiento, reparación y entrenamiento especializado en propulsión azimutal, reduciendo tiempos de parada de flota, elevando capacidades técnicas locales y dinamizando empleo y encadenamientos del clúster marítimo del Caribe.
- **Desarrollo productivo territorial**

24 proyectos de más de US\$200 millones en monto estimado de inversión, de las que se destacan reinversiones que permiten expandir líneas de negocio en Colombia y un impacto esperado de más de 2.000 empleos entre el tiempo del proyecto.

Se destaca lo siguiente:

- **Agenda de inversión en el Hagihara Industries:** ProColombia acompañó la agenda de inversión de la empresa japonesa Hagihara Industries en las ciudades de Cartagena, Barranquilla y Bogotá, con el objetivo de presentar las capacidades productivas, logísticas y de inversión del país para una posible instalación industrial. La agenda permitió a la empresa conocer de primera mano las ventajas competitivas del país para producir cerca de sus clientes finales, especialmente en sectores como manufactura plástica y complementos para construcción e infraestructura, fortaleciendo el relacionamiento con un inversionista estratégico de Asia y posicionando a Colombia como un destino viable para nuevas inversiones productivas.
- **Caso de éxito:** La empresa **Diacó** de República Dominicana reinvertió para la mejora de la competitividad y sostenibilidad del negocio en Colombia. Dentro las acciones más significativas se encuentran: la apertura de un nuevo centro de reciclaje en Bogotá, la implementación de un sistema de medición en línea de dimensiones del producto, la implementación de un sistema de cambio rápido de cuba de horno eléctrico, la planta de tratamiento de agua cruda en Tuta en el departamento de Boyacá, donde está localizada su planta de producción de acero más importante, lo cual impacta positivamente varias regiones del país.
- **Servicios Basados en el Conocimiento**

49 proyectos de 43 inversionistas por un valor estimado de más de US\$850 millones en sectores estratégicos como: software y servicios TI, BPO, centros de costos compartidos, publicidad y mercadeo digital. Estos proyectos esperan generar más de 12.000 empleos en el transcurso de la inversión.

Se resaltan los siguientes resultados:

- **Colombia Startup Week Brasil:** En el marco de Colombia Tech Week se registró la participación de 58 empresas en el evento fortaleciendo las oportunidades de inversión y robusteciendo el ecosistema empresarial colombiano.
- **Start Co:** ProColombia participó en la versión 2025 de StartCo, el evento más importante de emprendimiento e innovación en el país y la región que se desarrolló los días 2, 3 y 4 de abril, con un stand institucional desde donde se atendieron startups, fondos y otros actores, 17 empresas con las que se realizaron reuniones para la atracción de inversión.
- **Congreso ANDICOM:** El Congreso Empresarial y Tecnológico ANDICOM 2025 fue un evento enfocado en la evolución digital de América Latina. Durante tres días, Cartagena se convirtió en el epicentro de la innovación, con la participación de más de 6.200 líderes empresariales y tecnológicos de 35 países.

Este evento clave le permitió a ProColombia explorar las oportunidades impulsadas por la Inteligencia Artificial, la ciberseguridad, las ciudades inteligentes y otras tecnologías emergentes con la participación de 12 empresas del sector.

- **Caso de éxito:** La empresa **Mercado Libre** de Argentina anunció que invertirá más de US\$400 millones para el fortalecimiento y expansión de la operación de Mercado Libre en Colombia enfocándose en el fortalecimiento de áreas estratégicas como el desarrollo de tecnología e innovación, infraestructura y logística, lo cual es un aporte a través de tecnología de punta al servicio de vendedores y compradores, así como la generación de empleo para su operación.

- **Infraestructura física, social y turística**

21 proyectos que estiman generar más de 1.000 empleos directos e indirectos, con más de US\$1.500 millones de inversión, proyectos con impacto en más de 10 municipios y que aportan en ampliación de la oferta hotelera, logística y proyectos 5G.

- **XXII Congreso Nacional de la Infraestructura:** Participación de ProColombia en el Congreso organizado por la Cámara Colombiana de Infraestructura (CCI) en Cartagena. Uno de los objetivos de la participación de ProColombia en este evento fue posicionar a la entidad como aliado estratégico ante los inversionistas instalados, gremios del sector y entidades como Agencia Nacional de Infraestructura (ANI) y el Ministerio de Transporte. Adicionalmente, dar a conocer posibles nuevos inversionistas y explorar oportunidades de inversión que pudieran surgir en las reuniones.

Una de las actividades realizadas fue la gestión de espacios VIP de relacionamiento entre inversionistas instalados en Colombia y las diferentes vicepresidencias de la ANI, permitiendo tratar temas puntuales al más alto nivel, en la que, con 9 empresas del sector, líderes en infraestructura y fondos internacionales se tuvo acercamientos para la atracción de inversión.

- **Caso de éxito: Grupo Ortiz** – España, invierte en la construcción, adecuación y mantenimiento de las unidades funcionales 5,6 y 7 del proyecto troncal del Magdalena 1, proyecto de impacto en la infraestructura de transporte del país. La troncal del Magdalena 1 conectará los departamentos de Cundinamarca, Boyacá y Santander, lo cual impulsará el crecimiento económico regional y mejorará los tiempos de desplazamiento, facilitando el transporte de mercancías y la competitividad logística a nivel nacional.

Actividades Comerciales y de promoción

ProColombia desarrolló actividades y acciones orientadas a impulsar el interés de los inversionistas en Colombia y sus regiones, fortaleciendo la visibilidad del país y dinamizando la llegada de recursos a proyectos estratégicos. Estas gestiones ampliaron las oportunidades de inversión, impulsaron el desarrollo económico regional y consolidaron a Colombia como un destino competitivo en la atracción de capital.

A través de eventos de promoción de inversión tales como conferencias, desayunos en el exterior, giras internacionales (con APRIS u otras entidades de gobierno), macroeventos de inversión, pitch session, seminarios de inversión extranjera directa y agendas de inversión, se llevaron a cabo más de 140

actividades que han impactado positivamente el interés de los inversionistas en los proyectos del país.

De igual manera, se destacan las siguientes Macrorruedas 3 ejes donde se alcanzaron los siguientes resultados:



83 intenciones de inversión que impactarán departamentos como Valle del Cauca, Cundinamarca, Antioquia, Caldas, Risaralda entre otros, con inversionistas de países como Canadá, Estados Unidos, Francia, Venezuela, México.



31 intenciones de inversión, con impacto en los departamentos de Valle del Cauca, Cundinamarca, Córdoba, Caldas, Antioquia. Los principales sectores de los inversionistas fueron: infraestructura, energía, agroindustria, fondos de capital, tecnologías de la información e industrias creativas, textiles y confecciones.



13 intenciones de inversión, de las cuales el 85% son para el departamento de Nariño. Esta macrorrueda refleja el interés de los inversionistas de sectores como: energía, agroindustria y fondos de capital.

Trabajo conjunto con las regiones

Desde ProColombia se realiza trabajo coordinado en las regiones en sinergia con las Agencias Regionales de Inversión (APRI) y regiones sin APRI, a través de reuniones de alineación y espacios para compartir buenas prácticas.

El trabajo con las regiones se basa en acciones específicas que dan muestra del dinamismo de la inversión extranjera directa y resultados clave para las regiones. A continuación, un mayor detalle al respecto.

- **Apoyo para el mejoramiento del clima de negocios en las regiones**

Se fortaleció el clima de negocios regional mediante jornadas de sensibilización con Alcaldías, Gobernaciones y aliados locales, destacando la importancia de un entorno favorable para la inversión. La articulación con Cámaras de Comercio, Zonas Francas y otras instituciones permitió alinear esfuerzos y consolidar una red de apoyo para la competitividad territorial. Asimismo, se brindó acompañamiento

técnico para iniciar estrategias de atracción de inversión, consultorías y talleres con expertos nacionales e internacionales.

En el marco del **Foro “Casanare al Mundo”**, ProColombia participó en el conversatorio “Casanare en la Agenda de Inversión para América Latina”, espacio que reunió a actores estratégicos de los sectores público y privado mediante el cual se llevaron a cabo acercamientos con sectores como agroindustria, oleaginosas, bioproductos, bioeconomía, turismo sostenible y energías renovables, aportando al posicionamiento del departamento en la agenda regional de inversión.

- **Apoyo en la creación y consolidación de instancias de promoción de inversiones en las regiones**

Se impulsó la creación y consolidación de instancias regionales de promoción de inversiones mediante procesos de capacitación técnica sobre modelos organizacionales, funciones de las APRIs, perfiles de equipo y estructuración de portafolios de servicios. Este acompañamiento permitió que las regiones comprendieran los requerimientos estructurales clave para operar de manera efectiva como agencias de promoción.

Adicionalmente, se brindó apoyo especializado para la construcción de la oferta regional y la definición de estrategias de atracción de inversión, incluyendo la identificación de vocaciones sectoriales y el intercambio de información sobre incentivos locales y mercados prioritarios. De forma complementaria, se fortalecieron capacidades empresariales a través de talleres que promovieron la IED como mecanismo de financiación y como oportunidad para el desarrollo de alianzas estratégicas en los territorios.

Se destaca dentro de los resultados, el acompañamiento a la Cámara de Comercio de Pasto en el lanzamiento oficial de **APRI Nariño**, jornada que contó con la participación de diputados del departamento, el secretario de desarrollo, un delegado del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; los empresarios nariñenses y los directores de inversión de las agencias regionales Invest Pacific, Invest in Cartagena y ACI Medellín.

- **Apoyo a la atracción de inversiones**

Se fortaleció la promoción de inversiones en las regiones mediante el diseño e implementación de estrategias conjuntas con las agencias regionales. Este trabajo coordinado permitió planificar de manera eficiente eventos y acciones de promoción adaptadas a las vocaciones y oportunidades de cada territorio. En 2025 se ejecutaron actividades integradas para visibilizar los territorios ante potenciales inversionistas, incluyendo visitas guiadas en apoyo con autoridades locales, giras internacionales de las agencias regionales acompañadas por las Oficinas Comerciales y la provisión de información a la medida. Para garantizar una atención ágil y efectiva, se consolidaron mecanismos de articulación regional con Zonas Francas y aliados estratégicos, fortaleciendo los canales de comunicación y los procedimientos de respuesta.

Dentro de los resultados a destacar del año se encuentran:

Jornada de Articulación de las APRIs: Esta jornada se realizó en febrero con el fin impulsar los beneficios de la inversión extranjera hacia todo el territorio nacional en el marco de los lineamientos impartidos en la Plan Nacional de Desarrollo, ProColombia desarrolló la Jornada de articulación entre Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, ProColombia y las Agencias de Promoción de Inversiones del país (APRIs).

ProColombia apoyó a las APRI en las siguientes actividades de promoción de inversión:

- **Agenda Comercial Invest Pacific, Zonamerica - abril.** Agenda comercial para Invest Pacific y Zonamerica en Buenos Aires y Montevideo del 21 a 25 de abril. Se generan reuniones del sector de industrias 4.0 con 7 inversionistas, con el objetivo de presentar la propuesta de valor del Valle del Cauca y de la zona franca Zonamerica.
- **Agenda Inversión Chiletec- septiembre.** Esta misión se realizó en conjunto con Invest in Bogotá y buscó que las empresas chilenas del sector tecnológico conocieran de primera mano el ecosistema de innovación y negocios de Bogotá y Colombia, identificando oportunidades concretas de inversión y colaboración. La agenda fue alineada con los objetivos de atracción de inversión y de inserción en el mercado colombiano y participaron 10 empresas.
- **Gira Invest in Manizales- noviembre.** Se contó con la participación de Polo IT de Argentina, entre otras empresas de tecnología en el marco de la gira de Invest in Manizales generando sinergias con la Secretaría de Desarrollo de la Gobernación de Caldas para sectores como Software y TI.
- **Agenda ProBarranquilla e Invest in Cartagena en Brasil – noviembre:** Se realizó una agenda de inversión de tres (3) días en la ciudad de Sao Paulo en compañía de las Agencias de Promoción de Inversión de las ciudades de Cartagena y Barranquilla. El objetivo de dicha agenda fue realizar una prospección de nuevas oportunidades de inversión para la región, logrando espacios de relacionamiento con 37 empresas.

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

<p>1 FIN DE LA POBREZA</p>	<p>Movilización de recursos, permitiendo la proporción de medios suficientes y previsibles para los países en desarrollo.</p>	<p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>	<p>Fomento del desarrollo económico por medio de la generación de empleo con buenas condiciones salariales, de estabilidad y con beneficios (tales como los proyectos de Servicios Basados en el Conocimiento).</p>
<p>2 HAMBRE CERO</p>	<p>Acompañamiento con enfoque pluridimensional a proyectos del sector alimentario con el fin de mejorar el acceso a la alimentación y la eliminación del hambre.</p>	<p>9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</p>	<p>Atracción de proyectos de inversión que impulsaron el dinamismo económico, generaron empleo, y fomentaron el crecimiento del PIB, las investigaciones científicas y la transferencia tecnológica.</p>
<p>3 SALUD Y BIENESTAR</p>	<p>Acompañamiento a proyectos destinados a lograr cobertura universal, garantizando el acceso a medicamentos y vacunas seguras, así como proyectos en servicios tecnológicos para ampliar el acceso de la población.</p>	<p>11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p>	<p>Atracción de proyectos que permitan la construcción de soluciones sostenibles en frentes tales como movilidad, infraestructura, defensa, prestación de servicios, tecnología, entre otros.</p>
<p>7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE</p>	<p>Atracción de proyectos de inversión en energías renovables, que respaldan a sectores como educación, agroalimentos, servicios y salud, y además mejoran la matriz energética al reducir el uso de combustibles fósiles.</p>	<p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>	<p>Articulación con diversos actores, generando puentes de diálogo y acercamientos para establecer asociaciones sólidas, fundamentales para las empresas inversoras que buscan mercados estables y relaciones a largo plazo.</p>



PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES NO
MINERO ENERGÉTICAS -
INTERNACIONALIZACIÓN
DE LOS TERRITORIOS
POR UNA CULTURA
PRODUCTIVA Y
EXPORTADORA



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

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

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

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

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

En el periodo enero-noviembre de 2025, las exportaciones no minero-energéticas del país (bienes más servicios), según las estimaciones de ProColombia⁹ ascendieron a US\$42.260 millones, registrando un crecimiento de 16,2%, en relación con el mismo periodo de 2024 (US\$36.367 millones). Para todo 2025, se estima que las exportaciones no minero-energéticas lleguen a ubicarse alrededor de US\$46.102 millones, lo que implicaría un aumento de 15,0% en comparación a 2024.

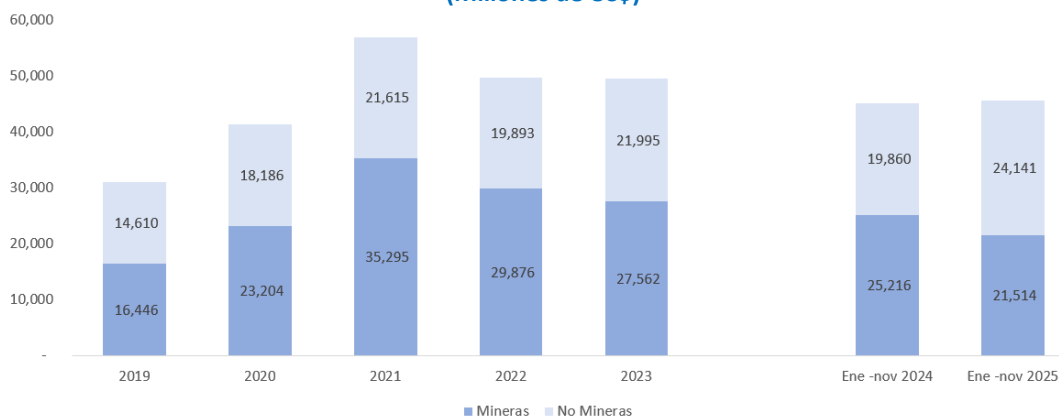
Tabla 3. Exportaciones no minero-energéticas, año corrido y estimación cierre 2025
(Millones de US\$)

	Ene-Nov 2024 (Millones US\$)	Ene-Nov 2025 (Millones US\$)	Variación Ene-Nov 2024/2025 (%)	2024	Estimación 2025	Estimación Variación 2024/2025 (%)
Bienes no minero-energéticos (DANE-DIAN, estimaciones ProColombia)	19,860	24,141	21.6%	21,995	26,336	19.7%
Servicios (BanRep, estimaciones ProColombia)	16,507	18,119	9.8%	18,102	19,766	9.2%
Total exportaciones no minero-energéticas	36,367	42,260	16.2%	40,097	46,102	15.0%

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

Según las cifras DANE, de enero a noviembre de 2025, las exportaciones colombianas de bienes no minero-energéticos sumaron US\$24.140 millones, presentando un incremento de 21,6% respecto al mismo periodo de 2024 (US\$19.860 millones). La estimación para el año completo es que las exportaciones de bienes no minero-energéticos se ubiquen alrededor de US\$26.336 millones, un valor 19,7% superior al registrado en 2024.

Gráfica 10. Exportaciones de bienes, 2020-noviembre 2025
(Millones de US\$)

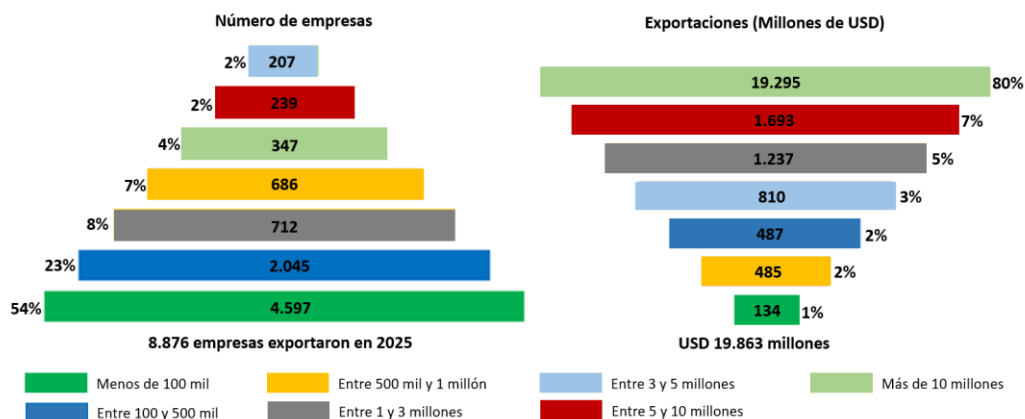


Fuente: DANE. Cálculos: ProColombia

Entre enero-noviembre de 2025, según las cifras publicadas por el DANE, por subsectores, los dos de mayor crecimiento fueron café verde y aceite de palma con aumentos de US\$2.330,6 millones y US\$428,2 millones respectivamente frente al mismo periodo del año anterior. Adicionalmente, por país destino, Estados Unidos siguió siendo el principal mercado de las exportaciones de bienes no minero-energéticas, con una participación de 31,6%, le siguieron países de la región latinoamericana como Ecuador (6,2%), México (5,1%), Brasil (4,3%) y Venezuela (3,7%). Los tres destinos en los que más aumentaron exportaciones no minero-energéticas fueron: Estados Unidos, Alemania y Bélgica. En el caso de Estados Unidos esto es resultado de las mayores ventas de café, seguido por derivados del café y cacao y sus derivados.

Acorde a la gráfica, que se presenta a continuación, se resalta que donde se dio el mayor aumento de empresas fue en el rango de monto de exportación “Entre de US\$500 mil y US\$1 millón”, con 73 empresas adicionales, seguido de “Entre US\$5 millones a US\$10 millones” con un aumento de 36 empresas y finalmente del rango “Mayores a US\$10 millones” con 21 empresas más.

Gráfica 11. Número de empresas y valor de exportación - bienes no minero-energéticos



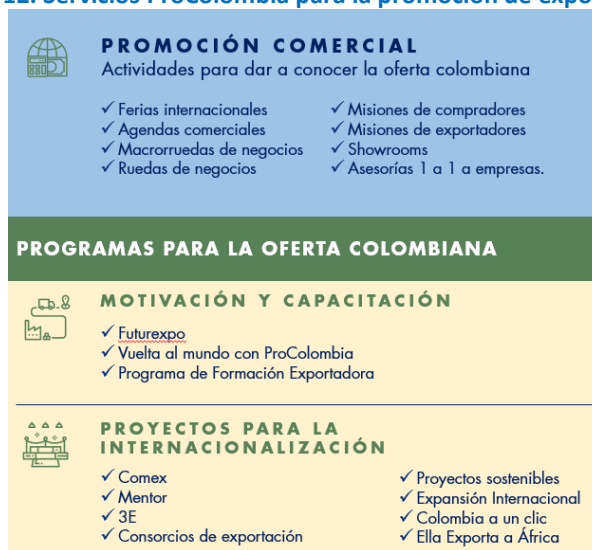
Fuente: DANE. Cálculos: ProColombia

Adicionalmente, en la anterior gráfica se observa que dentro de las empresas que exportan, el 54% (4.344 empresas) lo hacen con montos menores a US\$100 mil, representando el 1% del monto de exportación, es decir US\$134 millones; mientras que 207 empresas que exportan entre US\$3 millones y US\$5 millones representan el 2% del total de empresas, aportan con US\$19.295 millones, que corresponde al 80% del monto de exportación.

Posicionamiento de la oferta exportable colombiana de bienes y servicios en el mundo

ProColombia ofrece servicios de capacitación, asistencia técnica en comercio exterior y cierre de brechas, y servicios de promoción para facilitar la participación de las empresas en actividades comerciales, promover la búsqueda de oportunidades y apoyar la consecución de negocios de exportación, de acuerdo con la siguiente gráfica:

Gráfica 12. Servicios ProColombia para la promoción de exportaciones



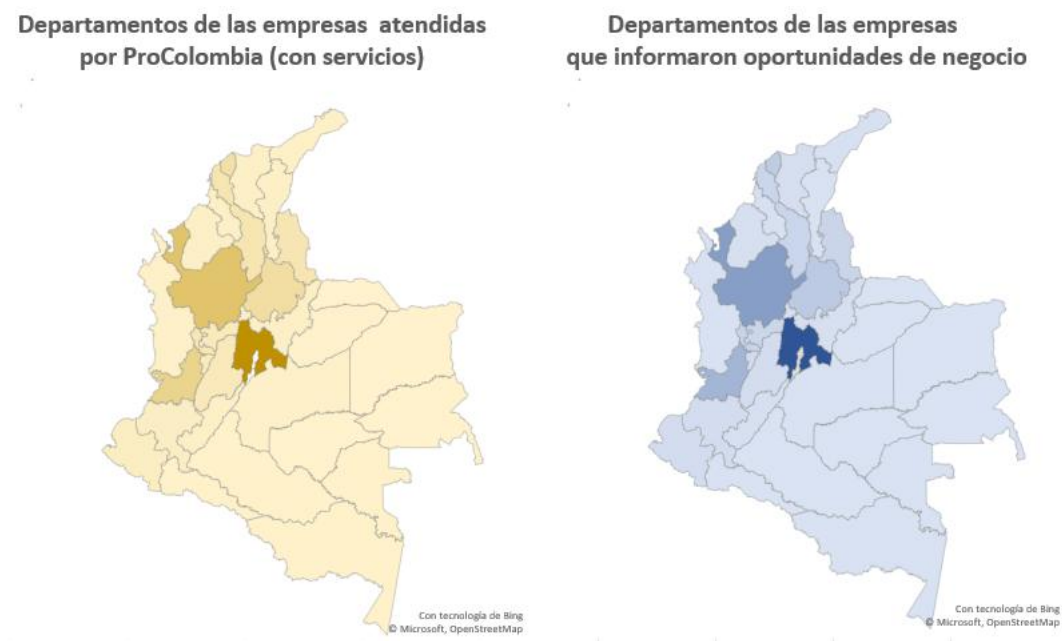
Fuente: Elaboración propia. ProColombia

En el marco de las acciones de relacionamiento y acompañamiento a los empresarios tanto en Colombia como en el exterior, durante 2025, ProColombia contactó o brindó servicios de acompañamiento a 6.791 empresas colombianas (82% Mipymes) de 347 municipios de 32 departamentos del territorio nacional. Del total de empresas colombianas que recibieron servicios de exportación, 263 empresas están ubicadas en 66 municipios PDET y 1207 empresas en 314 municipios de menos de 200.000 habitantes. En el exterior, se acompañaron y atendieron alrededor de 5.961 compradores de 92 países, a los cuales se les dio a conocer la oferta nacional.

Producto de los diferentes servicios, los empresarios colombianos y extranjeros han informado posibilidades de venta o compra de productos de alrededor de 4.854 empresas colombianas de 31 departamentos y 8.607 empresas del exterior de más de 130 países.

En términos de atención y generación de posibilidades u oportunidades de negocio a empresas en Colombia, el siguiente mapa muestra el cubrimiento por departamento donde están ubicadas las empresas:

Gráfica 13. Distribución departamental de empresas atendidas y con oportunidades



Fuente: Cálculos Propios. ProColombia

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

- **Motivación y capacitación**

Durante 2025 se consolidó un modelo de gestión diseñado para fortalecer la competitividad del tejido empresarial colombiano. El impacto de esta estrategia se sustenta en la ejecución de los siguientes servicios de formación, que buscan garantizar la transferencia de capacidades técnicas y reducción de barreras para el acceso a mercados globales desde las regiones:

- **La Vuelta al Mundo:** Son encuentros virtuales donde los empresarios conocen información detallada por país, para identificar tendencias, estrategias comerciales y cultura de negocios, maximizando sus oportunidades de éxito.
- **Futurexpo:** Son jornadas presenciales diseñadas para incentivar la internacionalización de empresas y emprendedores en los territorios. Con una agenda enfocada en atracción y retención de clientes internacionales y una feria institucional, que brinda asesorías personalizadas por parte de entidades público-privadas que acompañan el proceso exportador.
- **Entrenamientos para la Internacionalización:** Son programas virtuales enfocados en procesos de comercio exterior y habilidades comerciales que orientan a los empresarios a diseñar su estrategia exportadora con procedimientos operativos, normativos y logísticos.
- **Webinars de internacionalización:** Son encuentros virtuales sobre regulación, normas legales y jurídicas, estándares de calidad y certificaciones por país y sector, permitiendo que el empresario colombiano adapte su oferta a las exigencias reales del mercado de interés.
- **Talleres Regionales:** Son seminarios presenciales teórico-prácticos que preparan y fortalecen la oferta regional en su camino a la internacionalización, para que más empresas de territorios accedan a mercados internacionales.
- **Workshops:** Son programas enfocados a fortalecer la Innovación y la transformación tecnológica empresarial mediante el uso de inteligencia artificial aplicada a investigación de mercados y modelos de ventas internacionales.
- **Aula Virtual:** Es una plataforma web disponible 24/7, donde los empresarios colombianos pueden autocapacitarse desde cualquier lugar de Colombia. Compuesta por más de 17 cursos especializados para aprender la ruta exportadora.

En 2025, ProColombia capacitó a más de 40.000 personas de los 32 departamentos del país, con participación de asistentes provenientes de 487 municipios, lo que representó una cobertura del 44% del territorio nacional y refleja el alcance territorial de los espacios de formación y transferencia de conocimiento orientados a fortalecer sus estrategias de internacionalización. En este marco, se capacitó a más de 17.000 mujeres, quienes representaron el 58% del total de usuarios, impulsando la equidad de género y su rol protagónico en el comercio exterior; asimismo, se brindó formación a más de 4.900 jóvenes entre 18 y 26 años, fortaleciendo sus capacidades para la internacionalización y la competitividad del sector exportador, y se capacitó a más de 800 víctimas del conflicto armado en municipios focales como Tame, María La Baja, Piendamó y La Plata, reafirmando el compromiso con la inclusión económica territorial.

Adicionalmente, se gestionaron alianzas con actores nacionales e internacionales para transferir conocimiento y herramientas de exportación a los empresarios de todo el país en su proceso de internacionalización, entre ellos Araujo Ibarra Consultores Internacionales, PricewaterhouseCoopers, Import Promotion Desk (Alemania), Programa AGRINFO de la Comisión Europea, DHL, la Cámara de Comercio Electrónico, entre otros.

- **Proyectos para la internacionalización**

Fábricas de Internacionalización es uno de los programas diseñados para fortalecer el proceso exportador y facilitar la incursión en mercados internacionales mediante consultoría y asistencia técnica. Tiene seis líneas que se ofrecen a las empresas, que se han postulado y han sido aceptadas en las convocatorias realizadas con recursos del MinCIT, BID, la Unión Europea, entre otros; teniendo la posibilidad de acceder a más de una línea de servicio. A continuación, se presenta la información por cada línea:

- **COMEX 360°:** mediante una asesoría especializada, con el fin de facilitar que la empresa exporte de manera constante al tener por lo menos una persona a cargo del proceso de exportación, busca acelerar la creación y/o fortalecimiento del área de comercio exterior de las empresas. Del 2020 al 2025 han participado 928 empresas.
- **Empresas de Excelencia Exportadora 3E:** se ofrece una consultoría estratégica a empresas interesadas en evaluar, mejorar e innovar su modelo de negocio internacional, con el fin de dinamizar y mejorar su competitividad para el ingreso a nuevos mercados o para canales de comercialización en donde ya tenían presencia. En esta línea de servicio, del 2020 al 2025 han participado 232 empresas.
- **Consortios de Exportación:** promueve y desarrolla la alianza entre empresas de diferentes o iguales sectores productivos, que les permita desarrollar exportaciones conjuntas para mejorar la competitividad en mercados internacionales. Se puede lograr disminución del riesgo, aumento de rentabilidad, ventajas de eficiencia y/o acumulación de conocimientos. En esta línea de servicio, del 2020 al 2025 han participado 119 empresas.
- **Mentor:** emplea la experiencia de empresas con alta trayectoria exportadora para vincular a sus clientes y proveedores en la dinámica del comercio internacional, con el fin de que exporten o crezcan sus exportaciones. En esta línea de servicio, del 2020 al 2025 han participado 222 empresas.
- **Proyectos Sostenibles:** se diseña y desarrolla proyectos de exportación para comunidades vulnerables con alto impacto social en regiones con condiciones logísticas adversas, que contribuyan a facilitar una dinámica exportadora constante. En esta línea de servicio, del 2020 al 2025 han participado 14 empresas (7 empresas lideradas por mujeres, 3 víctimas de conflicto armado, 2 empresas de campesinos y 2 de indígenas).
- **Expansión Internacional:** se promueve y facilita la instalación internacional de empresas colombianas, ampliando los beneficios de la internacionalización para la economía nacional y fortaleciendo la competitividad del país. En esta línea de servicio, del 2020 al 2025 han participado 275 empresas.

Desde el inicio del programa Fábricas de Internacionalización en 2020 hasta diciembre del 2025, ProColombia ha prestado servicios a 1.211 empresas de 26 departamentos (incluyendo Bogotá) y más de 330 empresas reportaron haber realizado negocios en 76 países por un valor de US\$259 millones durante este periodo.

Como parte del proceso de medición y con el apoyo de Banco Iberoamericano de Desarrollo (BID), desde el 2020 se ha implementado una evaluación de impacto de los programas Fábricas de Internacionalización y

Ella Exporta a África, que consolida un ejercicio técnico y robusto de gestión basada en datos, construido de manera sistemática. A partir del diseño propio de indicadores, la integración de múltiples fuentes administrativas (DIAN, formularios de inscripción, encuestas y reportes empresariales) y el uso de metodologías econométricas cuasi-experimentales (Diferencias en diferencias y emparejamiento), se evidencia un impacto positivo, significativo y persistente del acompañamiento técnico sobre el desempeño exportador. Los resultados muestran incrementos relevantes en valor exportado y en la probabilidad de exportar, especialmente en microempresas, nuevos exportadores y empresas lideradas por mujeres, validando la efectividad de la estrategia de internacionalización y posicionando a ProColombia como un referente institucional en la construcción de metodologías de medición, análisis y toma de decisiones basadas en evidencia.

En el marco de la estrategia institucional de fortalecimiento de la internacionalización empresarial, ProColombia ha liderado y articulado iniciativas orientadas a la reducción de brechas, la toma de decisiones informadas y la consolidación de capacidades sostenibles en las empresas colombianas. Mediante misiones exploratorias, agendas oficiales de alto nivel y programas de acompañamiento especializado, se han impulsado procesos de inmersión en mercados prioritarios, transferencia de conocimiento, relacionamiento estratégico y validación comercial en terreno, lo que ha permitido a las empresas comprender las dinámicas internacionales, contrastar su oferta frente a competidores, ajustar su propuesta exportable y definir rutas de acceso más realistas y competitivas. En este contexto, más de 100 empresas colombianas han participado en misiones exploratorias con agendas que integran expertos y compradores, fortaleciendo su entendimiento del comportamiento del mercado y sus tendencias. A continuación, las tablas presentan el detalle de las misiones exploratorias y demás proyectos de asesoría técnica en comercio exterior, incluyendo su alcance e impacto.

Tabla 4. Misiones Exploratorias – Cierre de brechas

Proyecto	Generalidades	Impacto
Misión Exploratoria Guyana	Con el objetivo de brindar conocimiento estratégico del mercado, mediante interacción con entidades gubernamentales, expertos y compradores.	Participación de 22 empresas, reduciendo brechas de información de mercado, regulación y contactos, mediante una agenda estratégica, reuniones B2B, validación de oferta y definición de rutas de entrada.
Misión exploratoria Uniformes Argentina	Orientada a evaluar la competitividad de la oferta colombiana frente a la demanda y dinámicas del mercado argentino.	Permitió contrastar la oferta de 15 empresas colombianas con el mercado argentino, identificar brechas en diseño, precio y modelo de negocio, y generar insumos estratégicos para decisiones informadas de internacionalización.
Misiones exploratorias / visitas de campo- Macrorrueda Osaka	Orientadas a comprender el funcionamiento del mercado japonés y complementar su participación comercial en la Macrorrueda Osaka 2025, en las cadenas de Agroalimentos, Industrias 4.0 y Sistema Moda.	La participación de 29 empresas permitió identificar ajustes en oferta, logística y modelos comerciales, reducir brechas de acceso al mercado japonés y generar insumos clave para decisiones de internacionalización informadas.
Misión exploratoria farma veterinaria-México	Orientada a generar un primer acercamiento, así como comprender dinámicas regulatorias y validar la oferta colombiana en segmentos clave.	La participación de 12 empresas aclaró información regulatoria y comercial, permitió validar portafolios, mapear canales de distribución y construir hojas de ruta para el ingreso al mercado mexicano.

Proyecto	Generalidades	Impacto
Misión Exploratoria PLMA	Orientada a fortalecer el conocimiento del canal de marcas privadas, mediante inmersión en el ecosistema PLMA y el entendimiento de tendencias, exigencias y modelos de negocio.	La misión redujo brechas a 8 empresas colombianas en información y regulación, permitió validar la oferta colombiana, identificar ajustes requeridos y definir rutas de entrada al mercado de private label estadounidense.
Misión Exploratoria USA-Texas	Orientada a conocer el ecosistema startup desde innovación corporativa, deeptech, ciberseguridad, emprendimiento y capital creativo en Houston, San Antonio y Austin.	7 empresas participaron en actividades de relacionamiento, fortaleciendo capacidades, identificando oportunidades comerciales y brechas de acceso, y generando contactos estratégicos en innovación, deeptech, ciberseguridad y emprendimiento.
Misión tercera visita oficial a África	Tercera visita oficial del Gobierno Nacional a África, liderada por la Vicepresidencia de la República, con agendas bilaterales en países priorizados y participación de empresas colombianas en encuentros B2B.	11 empresas colombianas participaron en la Tercera visita oficial del Gobierno Nacional a África.

Fuente: Elaboración propia. ProColombia

Tabla 5. Proyectos de asistencia técnica

Proyecto	Generalidades	Impacto
Envigado Exporta	Programa integral de internacionalización para empresas de Envigado, Antioquia. Estructurado en talleres, cierre de brechas y misión exploratoria a Perú, orientado a fortalecer capacidades y evaluar la adecuación al mercado priorizado.	Fortaleció capacidades de 49 empresas, preparó comercialmente a 14 y permitió a 11 validar su oferta en Perú, identificando oportunidades reales de negocio y contactos estratégicos para su proyección internacional.
Programa de Cierre de Brechas Colombia Tech	Programa de asistencia técnica para empresas de la industria digital, orientado a identificar y cerrar brechas en costos, aspectos legales, tributarios y operativos, fortaleciendo su preparación para la exportación de servicios.	Impactó a 29 empresas, cerrando brechas clave en costos y generando herramientas prácticas para fortalecer su gestión comercial e internacionalización.
Cómo Atraer Inversión Extranjera para la Industria Digital	El programa apoyó a empresas del sector digital, con y sin experiencia exportadora, mediante el fortalecimiento de sus capacidades financieras y estratégicas, así como su preparación para el levantamiento de capital, con el fin de facilitar el acceso a inversión y sus procesos de internacionalización.	Benefició a 55 empresas, fortaleciendo sus capacidades para atraer inversión mediante la construcción de decks, validación de modelos de negocio y mejora del pitch ante inversionistas internacionales.
Ella Exporta a África Ciclo II	Programa del Gobierno Nacional para apoyar la internacionalización de empresas lideradas por mujeres, mediante asistencia técnica especializada y acciones de promoción comercial orientadas al acceso al mercado africano.	Se validaron 89 empresas en el marco del programa Ella Exporta a África.
MENTOR: ECOPETROL 2025	Programa de mentoría estratégica entre Ecopetrol y ProColombia orientado a cerrar brechas de internacionalización, transferir buenas prácticas y fortalecer las capacidades empresariales para competir en mercados globales.	El programa fortaleció la competitividad de 68 empresarios, impulsando la adopción de buenas prácticas internacionales, apoyó además el diseño de estrategias de internacionalización y contribuyó a la diversificación de mercados y al desarrollo regional.

Fuente: Elaboración propia. ProColombia

En 2025, se prestaron servicios a 695 empresas de 80 municipios de 23 departamentos en el programa Fábricas de Internacionalización y demás proyectos para la internacionalización que buscan el cierre de brechas de la oferta exportable colombiana.

- **Iniciativas de sostenibilidad para la promoción de exportaciones**

- **El programa Primeros Pasos en Responsabilidad Social Empresarial (RSE)** continuó siendo en 2025 un instrumento clave para el fortalecimiento de la sostenibilidad en pequeñas y medianas empresas acompañadas por ProColombia. Esta iniciativa, desarrollada por la Universidad Externado de Colombia en alianza con el Pacto Global Red Colombia, contó con la participación de 5 empresas a lo largo del año, pertenecientes a sectores como sistema moda y metalmecánica y otras industrias. A través de un proceso de consultoría especializada, las empresas avanzaron en la incorporación de criterios ambientales, sociales y de buen gobierno (ASG), fortaleciendo su gestión interna, su preparación para mercados internacionales y su capacidad de generar valor sostenible en sus cadenas productivas.
- Como parte de su apuesta por el desarrollo territorial y la internacionalización sostenible, ProColombia implementó la **Ruta Exportadora para la Bioeconomía Rural**, una iniciativa desarrollada en alianza con el Global Green Growth Institute (GGGI), en el marco del proyecto BioRural del programa UK PACT. Este proceso permitió acompañar a 145 emprendimientos y empresas rurales de Antioquia, Amazonas, Chocó, Guaviare, Putumayo y Valle del Cauca, mediante talleres de formalización, fortalecimiento empresarial y estrategias de mercadeo internacional. Como resultado, las organizaciones participantes consolidaron modelos de negocio con valor ambiental y social, evidenciando el potencial de la bioeconomía para dinamizar economías rurales, diversificar la oferta exportable y avanzar hacia mercados internacionales sostenibles.
- **Cadenas Productivas Libres de Deforestación:** Con el objetivo de cumplir con el reglamento 1115 de cero deforestación de la Unión Europea, ProColombia llevó a cabo diversas acciones durante 2025 para facilitar el ingreso de productos como el café, cacao y aceite de palma, los cuales están directamente afectados por tales requerimientos:
 - **Proyecto piloto para el cumplimiento de la EUDR:** Con el apoyo de SIPPO, se realizaron diferentes sesiones de intercambio de conocimiento entre exportadores de cacao colombianos y un importador europeo, mediante las cuales se socializaron buenas prácticas, desafíos y experiencias que permitieron fortalecer el conocimiento sobre la aplicación de este reglamento. Como resultado se publicó la [Guía Práctica de Cumplimiento EUDR para exportadores de cacao en Colombia](#).
 - **Encuentro Exportar sin Deforestación 2025:** organizado entre Particip de la Delegación de la Unión Europea en Colombia y ProColombia, el cual además contó con el apoyo de entidades nacionales y de cooperación internacional. El evento reunió a 561 asistentes en modalidad híbrida —129 presenciales y 432 virtuales—, con participación de 31 speakers nacionales e internacionales, 4 paneles y 18 conferencias, y una cobertura de 23 departamentos, 83 ciudades y 13 países. El intercambio de experiencias y herramientas de trazabilidad y monitoreo forestal evidenció avances en la preparación del país frente al Reglamento Europeo de Productos Libres

de Deforestación (EUDR), reforzando la sostenibilidad y la inclusión de pequeños productores como ejes estratégicos de la política exportadora.

Actividades comerciales y de promoción

Con el fin de generar espacios para que exportadores y futuros exportadores tengan contacto o citas de negocio con compradores internacionales, durante 2025, ProColombia realizó o apoyó la participación de más de 2.700 exportadores de 28 departamentos en más de 270 actividades comerciales y de promoción, donde tuvieron la oportunidad de encontrarse con más de 1.900 compradores de 69 países.

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

- **Macrorruedas**

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



La Macrorrueda "Colombia, El País de la Belleza" 2025 en ciudad de Cali, se celebró el 9 y 10 de julio, en esta edición, para exportaciones se contó con la participación de 433 compradores de 43 países y 1125 exportadores de 22 departamentos colombianos, que se materializaron en 5.468 citas de negocios. Como resultado, se obtuvieron más de US\$ 240 millones entre expectativas de negocios y ventas en spot.



La Macrorrueda Internacional "Colombia, El País de la Belleza" en Osaka, Japón 2025, del 1 al 2 de septiembre. Esta actividad reunió a 41 exportadores y 55 compradores internacionales, generando más de 280 citas de negocios, así como expectativas de negocios y ventas spot superiores a los US\$37 millones.



La Macrorrueda "Colombia, El País de la Belleza" Bioexpo 2025 en Pasto Nariño, se realizó el 2 y 3 de diciembre. Esta actividad reunió a 85 exportadores y 34 compradores internacionales, generando más de 430 citas de negocios, junto con expectativas de negocios y ventas spot superiores a los US\$6 millones.

- **Ruedas de Negocios**

Más de 600 empresarios de 17 departamentos y más de 300 compradores de 22 países participaron en más de 15 ruedas de negocios presenciales y virtuales en Colombia de las que se destacan: Encuentro Empresarial Andino, Rueda de Negocios - feria internacional sector eléctrico FISE, Rueda de Negocios AndinaPack, Rueda de Negocios Belleza y Salud, Rueda de Negocios de Colombia 4.0, Rueda de Negocios Dotación Hotelera, Rueda de Negocios FICCI, Rueda de Negocios Rio es Moda, Rueda de Negocios SOFTIC,

Rueda Internacional de Negocios del Sector Químico, Salón Internacional de Negocios FILBO, XII FORO LAB4+, Rueda de negocios Industrias del Movimiento Colombia.

- **Misiones**

Se realizaron 22 misiones de compradores logrando una participación de más de 600 compradores internacionales que se reunieron con exportadores en diferentes lugares del territorio nacional. Dentro de estas se destacan:

- **Expoconstrucción y Expodiseño 2025:**

Entre el 20 y el 25 de mayo se llevó a cabo la misión de compradores internacionales en el marco de Expoconstrucción y Expodiseño 2025, una de las ferias más relevantes para el sector metalmecánico y de materiales de construcción en Colombia. Esta edición reafirmó su papel como plataforma estratégica para impulsar la canasta exportable y fortalecer las regiones. Participaron alrededor de 150 empresarios entre compradores internacionales de 17 países, y empresas colombianas de 10 departamentos del país. Como resultado, se generaron ventas inmediatas por más de US\$20 millones y expectativas de negocio que superan los US\$42 millones. Los productos de mayor interés fueron acabados en accesorios de plomería y sistemas constructivos.

Este crecimiento es especialmente significativo si se compara con la anterior edición del 2023, en la que se registraron ventas inmediatas por US\$2,1 millones. Esto representa un aumento de aproximadamente 863%, un salto considerable que obedece, entre otros factores, a que este año la rueda fue de carácter presencial, lo cual favoreció las dinámicas comerciales, y también que se contó con un número mayor de compradores internacionales.

- **Misión de Compradores Colombiamoda 2025:**

En la edición 2025, se gestionó la participación de más de 310 empresarios entre compradores internacionales de 13 mercados y empresas colombianas de 11 departamentos del país. Se destacó especialmente la presencia de compradores provenientes de mercados no tradicionales como China, lo que refleja la ampliación del alcance internacional del evento. En total, 44 compradores recibieron apoyo financiero de ProColombia, Inexmoda y la Alcaldía de Medellín. Los mercados con mayor representación fueron Ecuador, México, Estados Unidos y Costa Rica y las categorías de mayor interés incluyeron ropa deportiva bajo el modelo de *sourcing*, joyería como categoría emergente y paquetes completos en jeanswear, casual y deportivo.

En términos de resultados comerciales, se registraron negocios cerrados en feria por US\$2,9 millones y expectativas de negocio por US\$10,8 millones, lo que evidencia un desempeño positivo y el impacto de la gestión de compradores internacionales liderada por ProColombia. Los mercados con mayores resultados fueron México, Ecuador, Estados Unidos y Costa Rica, seguidos por Guatemala, República Dominicana y Perú, confirmando la diversificación y consolidación del sector en el continente americano, así como su proyección hacia nuevos destinos estratégicos.

- **Misión de Compradores Colombiatex Sistema Moda 2025:**

En Colombiatex 2025 se contó con una misión de compradores integrada por más de 320 empresas entre compradores internacionales de 15 mercados y empresas colombianas de 9 departamentos del país, principalmente de Latinoamérica, Centroamérica, el Caribe y Estados Unidos. La mayoría de estos compradores buscó textiles e insumos para la confección de uniformes, dotación empresarial e industrial, ropa deportiva, ropa interior y trajes de baño, así como producción bajo el modelo de negocio de paquete completo. Del total de empresas invitadas, el 80% provenía de Latinoamérica y Norteamérica.

En 2025, el evento generó resultados y expectativas de negocio por US\$ 7,7 millones. El mercado con mayores compras durante el evento fue Ecuador, con US\$ 1,9 millones, seguido por Estados Unidos, con US\$ 1,4 millones. Estos concentraron el 86% de los resultados de la feria, con ventas spot que alcanzaron un total de US\$ 3,4 millones.

- **Ferias internacionales**

Se coordinó, apoyó y acompañó a más de 200 empresas colombianas de 17 departamentos para que participaran en 28 ferias internacionales con foco en sus productos/servicios y mercado objetivo. Se destaca lo siguiente:

- En España 67 empresas colombianas participaron en 4 ferias: Fruit Attraction, Iberseries & Platino Industria, Mobile World Congress, Semana Colombia Carrefour.
- En Estados Unidos 64 empresas colombianas participaron en 8 ferias: Austin Tech Week, Cosmoprof North America Las Vegas, Cosmoprof North America Miami, Feria Internacional Magic, Feria Internacional Magic LV, MSP Summit, Xchange Houston y Feria Internacional PLMA.
- En Argentina 30 empresas colombianas participaron en Ventana Sur.
- En China 17 empresas colombianas participaron en China Fashion Week, China international Supply Chain Expo (CISCE) y China International Import Expo (CIIE).
- En Alemania 15 empresas colombianas participaron en ferias en este país. Dentro de las que se destacan: ANUGA y Fruitlogistica.
- En Panamá 14 empresas colombianas participaron en el Showroom Cuidado Personal Panamá.
- En Japón 11 empresas colombianas participaron en ferias en este país. Dentro de las que se destacan: Coffee Cupping EXPO OSAKA, Coffee Cupping FNC, Ishimitsu y US Foods Co, Feria Internacional Tranoï Tokyo, FOOD EX JAPAN.
- En Emiratos Árabes 10 empresas colombianas participaron en Gulfood Dubai.
- En Francia 10 empresas colombianas participaron en MIPCOM.

- En México 8 empresas colombianas participaron en Expo Nacional Ferretera.
- En Corea del Sur 6 empresas colombianas participaron en Seúl café show.
- En Arabia Saudita 1 empresa colombiana participó en Saudifood.
- **Agendas Comerciales**

ProColombia coordinó la realización de más de 150 agendas comerciales en Colombia y el exterior, con la participación de cerca de 260 empresas colombianas de 15 departamentos y alrededor de 350 compradores internacionales de 22 países.

Resultados destacables en las apuestas de reindustrialización

- **Agroindustria y Soberanía Alimentaria**

767 empresas lograron concretar negocios de exportación por un monto superior a US\$826 mil; del total de empresas con negocios, el 79% correspondió a MiPymes.

En el marco de esta apuesta se destacan los siguientes resultados:

- Un hito para la agroindustria colombiana se consolidó con la **apertura del mercado de Japón para la carne de pollo nacional**, uno de los destinos más exigentes en estándares sanitarios y de calidad, fortaleciendo la diversificación de la oferta exportadora hacia Asia y posicionando al sector avícola como un proveedor confiable en el escenario internacional; este resultado es fruto de más de 15 años de trabajo técnico, sanitario y diplomático entre el Gobierno de Colombia, el sector privado y las autoridades japonesas.
- Colombia consolidó su posicionamiento como **proveedor estratégico de frutas y alimentos** en los principales escenarios internacionales del sector, como **Fruit Logística, Anuga y PLMA**, fortaleciendo la generación de oportunidades comerciales en mercados tradicionales con la participación de más de 20 empresas colombianas.
- El agro colombiano fortaleció su visibilidad y proyección comercial en Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudita y Asia mediante la participación en **SaudiFood, Gulfood y CIIE 2025**, con más de 20 empresas colombianas presentes en estos escenarios.
- **Amazon Putumayo River (Amapuri)** es un caso de éxito de la bioeconomía colombiana por convertir el aprovechamiento sostenible en una oferta exportable innovadora y de alto valor agregado, con alcance internacional. La empresa se posicionó como la principal exportadora de açaí del país y consolidó su presencia en ocho mercados, apalancada por acciones de promoción y relacionamiento comercial como participación en macrorruedas, visibilidad en plataformas internacionales y articulación con cooperantes, con el acompañamiento de ProColombia para ampliar acceso a compradores.

- **VITAE SANU** es una empresa pionera en la producción y comercialización de langosta premium, siendo un producto de alto valor de La Guajira, conectando se oferta regional con un comprador internacional de referencia como Costco en Canadá. Esta experiencia evidencia la viabilidad de un modelo basado en aprovechamiento sostenible de recursos marítimos, con agregación de valor mediante prácticas responsables de pesca y procesamiento, y con potencial de dinamizar el desarrollo económico local.
- **Alquería y Colanta**, gracias al apoyo de ProColombia, lograron el ingreso de lácteos colombianos a un canal minorista de gran escala en Estados Unidos, mediante su incorporación al portafolio de Southeastern Grocers. Para Alquería, este hito marcó su primer acceso a una cadena nacional de esta magnitud, apalancado por el relacionamiento con el distribuidor Blue Roof Brands; en paralelo, Colanta consolidó también su presencia en este retail. En conjunto, el resultado evidencia cómo la articulación entre productores colombianos, distribuidores especializados y grandes cadenas internacionales acelera el acceso a mercados altamente competitivos y amplía la visibilidad de la oferta nacional.
- **Reindustrialización del sector salud**

110 empresas lograron concretar negocios de exportación por un monto superior a US\$112 mil; del total de empresas con negocios, el 65% correspondió a MiPymes.

En el marco de esta apuesta se destacan los siguientes resultados:

- **La compañía Muebles Hospitalarios (MB)**, tras su participación en Tecnosalud Perú y con el apoyo y acompañamiento de ProColombia, consolidó avances con diversos prospectos comerciales y, mediante un aliado local, logró la adjudicación de una licitación para la adquisición de camas camilla multipropósito tipo UCI y camas camilla multipropósito para el EESS Hospital de Ventanilla, en el distrito de Ventanilla (Provincia Constitucional del Callao). Este resultado constituye un hito en su estrategia de ingreso y posicionamiento en el mercado peruano.
- **El Fam Trip Salud 2025 Caribe + USA** fortaleció el posicionamiento de Colombia como destino de turismo médico en los mercados del Caribe y Estados Unidos, al facilitar visitas a instituciones de salud de alto nivel y espacios de relacionamiento con directivos y prestadores de servicios complementarios en dos rutas simultáneas (Bucaramanga–Cartagena–Cali y Medellín–Barranquilla–Bogotá). Esta dinámica permitió visibilizar los estándares de calidad y capacidades médicas del país, con la participación de 22 empresas nacionales y 3 empresas provenientes del exterior.
- **El Fam Trip Salud 2025 LATAM**, fortaleció el posicionamiento de Colombia como destino de turismo médico en América Latina al facilitar la exposición directa de la oferta hospitalaria del país ante agentes de viaje, aseguradoras y tour operadores de la región. A través de dos rutas simultáneas (Medellín–Barranquilla–Bogotá y Bucaramanga–Cartagena–Cali), los invitados conocieron instalaciones médicas de alto nivel y sostuvieron reuniones con directivos y prestadores complementarios, lo que permitió evidenciar estándares de calidad y capacidades médicas; la agenda de relacionamiento contó con la participación de 21 empresas nacionales y 4 empresas provenientes del exterior.

- La internacionalización de **dispositivos médicos innovadores colombianos hacia Perú y Ecuador** se consolidó como un caso de éxito, reflejado en la exportación de equipos que detectan anomalías mamarias en pocos minutos y pueden operar en zonas rurales sin acceso a internet, así como en dispositivos de movilidad fabricados mediante impresión 3D, ampliando el acceso a tecnologías médicas y fortaleciendo el posicionamiento exportador del sector.
- **La primera exportación de flor de cannabis medicinal 100% colombiana a farmacias en Australia** se consolidó como un caso de éxito, al materializar la apertura de ese mercado para la flor seca de origen nacional, bajo la marca “Coronel Buendía”, desarrollada por **FoliumMed**, en articulación con la Embajada de Colombia en Australia. Este resultado posiciona a Colombia como proveedor emergente en un segmento de alto valor agregado.
- La visita a Colombia de los gigantes del retail y la salud, **Tottus (Perú) y Cruz Verde (Chile)**, se configuró como un caso de éxito al fortalecer el relacionamiento comercial con empresas colombianas de cosméticos, productos farmacéuticos y cuidado personal, materializando oportunidades por más de USD 1,3 millones y consolidando a Colombia como proveedor estratégico en la región.
- **Reindustrialización defensa y vida**

8 empresas lograron concretar negocios de exportación por un monto superior a US\$20 mil; del total de empresas con negocios, el 38% correspondió a MiPymes.

En el marco de esta apuesta se destacan los siguientes resultados:

- En el **sector aeronáutico**, se desarrollaron acciones de visibilidad y relacionamiento estratégico para la industria mediante la participación en **F-Air y en la Conferencia ALTA CCMA & MRO**. Adicionalmente, se coordinó **la agenda en Colombia de una delegación de Querétaro (México)**, que sostuvo reuniones con más de 15 empresas nacionales y realizó visitas a CIAC y al Aeropuerto El Dorado para explorar oportunidades de cooperación y fortalecimiento de capacidades.
- En el **sector astillero**, se consolidó el posicionamiento internacional de la oferta colombiana a partir de la exportación realizada por **COTECMAR** a Paraguay, resultado de procesos de relacionamiento y maduración comercial desarrollados en años previos. Este avance se complementó con el fortalecimiento del relacionamiento del Clúster Marítimo de Cartagena, con la participación de cerca de 19 empresarios en la XXI Jornada SLOM en Panamá, y con una misión empresarial a Alemania articulada con la Embajada de Colombia, Fedemetal ANDI y ProColombia, orientada a abrir espacios de cooperación para acuerdos comerciales marítimos, transferencia tecnológica y alianzas con entidades gubernamentales (sector defensa) y empresas privadas de la industria marítima alemana.
- La entrega del **tren de aterrizaje del sistema SIRTAP** por parte de la Corporación de la Industria Aeronáutica Colombiana (CIAC) a Airbus Space and Defence se consolidó como un caso de éxito, al fortalecer la participación de Colombia en proyectos internacionales y proyectar el desarrollo y fabricación de componentes aeronáuticos en el país, con un mayor posicionamiento en la cadena global de valor del sector.

- **Otros sectores productivos (Desarrollo Productivo Territorial y Transición energética)**

2.056 empresas lograron concretar negocios de exportación por un monto superior a US\$1.6 millones; del total de empresas con negocios, el 82% correspondió a MiPymes.

En el marco de esta apuesta se destacan los siguientes resultados:

- Se impulsó un avance estratégico en la transición energética al abrir el camino para la exportación de un bus de tecnología avanzada hacia Argentina por parte de **Busscar de Colombia**, consolidando capacidades industriales nacionales en soluciones de movilidad más eficientes. Este hito fortalece el posicionamiento de Colombia como proveedor regional en cadenas de valor asociadas a transporte sostenible y proyecta una expansión de exportaciones que puede escalar la adopción de alternativas de menor impacto ambiental en mercados de la región.
- ProColombia alcanzó una cobertura de 487 municipios del territorio nacional con el **servicio de formación internacional**, lo que evidencia el alcance territorial de su oferta de valor. En este marco, se capacitaron a más de 17.000 mujeres, 4.900 jóvenes entre 18 y 26 años, 800 víctimas del conflicto, entre otros.
- Se fortalecieron las capacidades de las MiPymes colombianas mediante **programas de asistencia técnica y misiones exploratorias**, con acciones en Guyana, Argentina, Japón, España, África y Estados Unidos. Además, más de 400 compradores internacionales hicieron parte de misiones de compradores para conocer más de 600 empresarios de la industria de la moda colombiana.
- Colombia tuvo una destacada **presencia con marcas de moda y diseñadores en las principales semanas de la moda del mundo**, entre ellas New York, París, Madrid, Beijing, Moscú, Tokio y Miami, logrando más de 500 menciones en medios internacionales y generando un valor estimado de USD 7,27 millones en free press. Como resultado, por primera vez, Colombia ingresó a L'Eclaireur, una de las tiendas de moda más reconocidas de París.
- Se consolidó el posicionamiento de Colombia como HUB de sourcing para Estados Unidos y otros mercados, reflejado en la vinculación de nuevos clientes internacionales como **Pearl Izumi, Sanctuary Clothing, Stüssy Inc., Colab Group (Baseballism únicamente) y Lacoste**, así como en la ampliación del portafolio de **producción de Disney** en el país. Este impacto también se evidencia en el caso de **Cintas Corporation**, principal empresa de uniformes corporativos de Estados Unidos, que consolidó a Colombia como uno de sus proveedores estratégicos del hemisferio y expandió su producción local para atender sus cuatro divisiones globales: Casinos (Nevada), Cruceros (Miami), Corporativo (Chicago) y Resorts (Hawái).
- Se fortaleció la presencia de Colombia en África a través de la **Estrategia África**, que incluyó una misión exploratoria con agendas bilaterales en Nigeria, Etiopía, Mozambique y Madagascar, con la participación de 11 empresas colombianas. Asimismo, en mayo de 2025, las 30 empresas del Ciclo I del programa **Ella Exporta a África** culminaron con éxito sus planes de trabajo. Adicionalmente, se realizaron 16 entrevistas con compradores y aliados de Angola, Egipto, Ghana, Mozambique, Sudáfrica, Argelia y Nigeria, orientadas a la identificación de oportunidades comerciales.

- La moda colombiana participó por primera vez en Japón en la **feria Tranoï Tokyo**, logrando que dos empresas, Edén Joyería (Edén Jewelry) y Matergea, realizaran ventas por primera vez en este mercado.
 - La internacionalización de cerca de 50 unidades productivas de los **programas Corazón Productivo de San Victorino y La Candelaria en Bogotá**, se fortaleció mediante el trabajo conjunto entre ProColombia, la Cámara de Comercio de Bogotá y la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico. Como resultado de las iniciativas desarrolladas, se generaron oportunidades de negocio, ventas spot y expectativas comerciales superiores a USD 2 millones.
 - Como anfitrión del **“45th Anniversary Fashion Forum: The Future of Traditional Craftsmanship and Slow Fashion”** en China Fashion Week, Colombia se proyectó como un caso de éxito al ampliar la visibilidad del Sistema Moda ante audiencias estratégicas en Asia. Este posicionamiento se apalancó en el relacionamiento con Hainan Zaidi Trading Co., Ltd.: su representante, Weifong, tras visitar Colombia en abril y sostener reuniones con empresas del sector, avanzó en importaciones de marcas nacionales. En este contexto, se visibilizaron productos de VATTEA, CHILA Bags, Bamboleira, Isidora Malva y Carpio Baltazar ante compradores, prensa y público especializado, reforzando la presencia de la artesanía y la moda consciente colombiana en el mercado asiático.
 - La **moda colombiana** se proyectó como un caso de éxito al conquistar Japón con su primera participación articulada en Tranoï Tokyo el 3 y 4 de septiembre; una vitrina estratégica para Asia. Ocho marcas —**Adriana Santacruz, Curuba, Matergea, Claudia Vallejo, Eden Jewelry, Emi Díaz, Flor Amazona y Paula Mendoza**— validaron su oferta de alto valor agregado ante compradores especializados. Particularmente, Matergea cerró su primer negocio en Asia con una agente de Taiwán, Eden Jewelry vendió la totalidad de las piezas exhibidas a una curadora vinculada a subastas en China y Claudia Vallejo avanzó contactos con una agente representante de Japón.
- **Servicios Basados en el Conocimiento**

484 empresas lograron concretar negocios de exportación por un monto superior a US\$537 mil; del total de empresas con negocios, el 86% correspondió a MiPymes.

En el marco de esta apuesta se destacan los siguientes resultados:

- Como resultado de una alianza con **Amazon**, la plataforma de comercio electrónico más grande del mundo, se implementó un **programa intensivo de digitalización y acceso al mercado de Estados Unidos**, que contó con la participación de 423 empresas interesadas en impulsar su estrategia de exportación digital.
- Gracias a la articulación con el **Clúster de Experiencias Culturales de Cartagena**, se identificaron nuevas empresas con potencial exportador y se brindó asesoría técnica en comercio exterior a 19 compañías de la industria. Como resultado, tres empresas participaron en actividades comerciales y reportaron expectativas de negocio superiores a US\$35 mil.

- Se fortaleció la preparación de empresas colombianas para acceder a nuevos segmentos del mercado audiovisual en Francia mediante un **Proyecto Consultoría comercial**. En el marco del convenio suscrito con el MinTIC se contrató a un consultor especializado del sector audiovisual y de animación, enfocado a fortalecer las habilidades comerciales de 20 empresas colombianas con interés en el mercado europeo.
- En alianza con **Microsoft**, ProColombia puso en marcha el primer programa de su historia orientado a la **transferencia tecnológica en inteligencia artificial** para fortalecer la toma de decisiones estratégicas en ventas internacionales, permitiendo que 21 empresas incorporaran herramientas y metodologías aplicables para priorizar mercados, optimizar la gestión comercial y acelerar procesos de prospección y cierre en escenarios internacionales.
- **TOMi Digital** se posicionó como un caso de éxito al lograr, por primera vez, el ingreso de software educativo colombiano al mercado de India, ampliando la diversificación geográfica de la tecnología educativa nacional. La empresa concretó un primer envío a un distribuidor local que ya promueve su solución en tres estados del país, fortaleciendo su proyección internacional y evidenciando la capacidad de la innovación colombiana para escalar en mercados de alta demanda educativa.

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

 <p>1 FIN DE LA POBREZA</p>	Preparación de exportadores de la cadena de agroalimentos para la seguridad alimentaria mundial.	 <p>10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES</p>	Promoción del comercio justo e inclusión en las cadenas de valor, incremento de las exportaciones para la oferta sostenible.
 <p>5 IGUALDAD DE GÉNERO</p>	Fomento de las exportaciones y programas para el empoderamiento económico de las mujeres y jóvenes.	 <p>12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES</p>	Preparación de exportadores en prácticas sostenibles de producción para que sean más competitivos en mercados internacionales.
 <p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>	Las empresas exportadoras con prácticas sostenibles generan crecimiento económico inclusivo, empleo y trabajo decente para todos.	 <p>15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES</p>	Fomento de prácticas que contribuyan al cuidado de bosques, los ecosistemas y biodiversidad para generar oportunidades comerciales en ese segmento.
 <p>9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</p>	Promoción de las exportaciones que faciliten la infraestructura sostenible.	 <p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>	Aprovechamiento de recursos de cooperación y articulación con otras entidades.



TURISMO SOSTENIBLE
E INCLUYENTE -
INTERNACIONALIZACIÓN Y
ECONOMÍA PARA LA VIDA

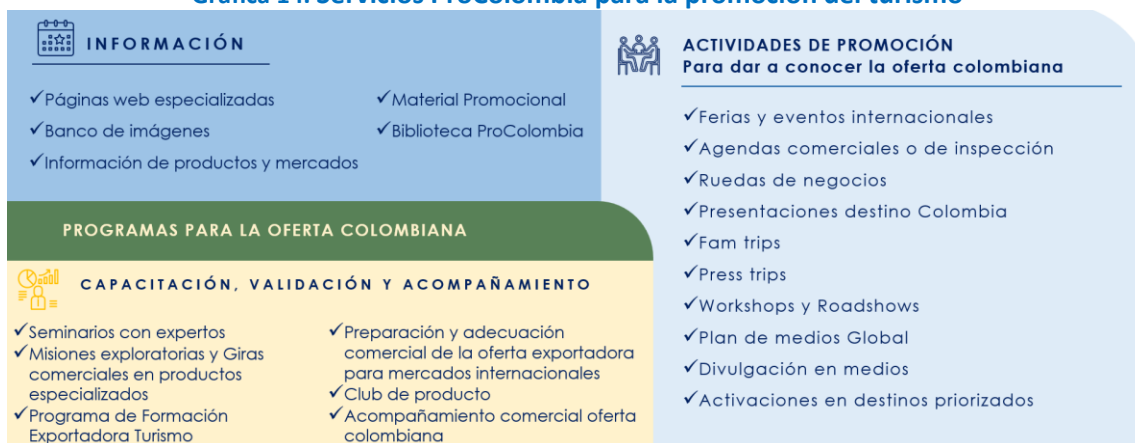


Turismo Sostenible e incluyente - Internacionalización y Economía para la vida

El turismo internacional constituye un motor clave para la economía del país y es una prioridad para el Gobierno Nacional. Teniendo como base el Plan Sectorial de Turismo 2022-2026, "Turismo en Armonía con la Vida" y desde la misión estratégica de ProColombia, se crean diferentes estrategias y acciones para posicionar a Colombia, el país de la belleza, en los mercados internacionales como un país diverso en cultura y naturaleza, con seis regiones atractivas y con diversas oportunidades tanto a nivel vacacional como de reuniones.

Así, ProColombia brinda apoyo a la promoción de Colombia "el País de la belleza" como destino turismo mediante diferentes servicios y recursos. En particular, acompaña a los empresarios nacionales e internacionales a través de asesoría personalizada, información de valor agregado, herramientas para la internacionalización y el acceso a mercados, capacitación y acompañamiento.

Gráfica 14. Servicios ProColombia para la promoción del turismo



Fuente: <https://colombia.travel/es>

Conectividad aérea, marítima y transfronteriza para los territorios

En 2025, el fortalecimiento de la conectividad aérea se consolidó como un eje estratégico para la internacionalización del turismo en Colombia. En este marco, 22 rutas iniciaron operación en el año, contribuyendo de manera directa a mejorar el acceso internacional al país. Este avance fue respaldado por una estrategia activa de posicionamiento ante aerolíneas y actores clave del sector, materializada en la participación en tres ferias especializadas: Routes Americas, Routes World y Air Service World, espacios que permitieron impulsar oportunidades para la apertura y consolidación de nuevas conexiones internacionales.

Se ejecutó una estrategia integral de promoción aérea en articulación con 14 aerolíneas, que abarcó 11 mercados de América, Europa y Medio Oriente. En total, se desarrollaron 32 acciones de promoción, incluyendo 17 campañas publicitarias, una activación BTL, 9 eventos y presentaciones de destino, y 5 viajes de familiarización y prensa. Estas acciones se reforzaron con 37 iniciativas complementarias, entre ellas

publicaciones en las redes sociales de *Colombia.travel*, participación en eventos y ferias, y activaciones de descuentos, ampliando el alcance de la visibilidad internacional del país y fortaleciendo su posicionamiento en mercados estratégicos.

Durante Routes World 2025, celebrado en Hong Kong, China, ProColombia encabezó la agenda de promoción del país con 28 reuniones estratégicas junto a 15 aerolíneas de América, Asia y Europa, seis aeropuertos internacionales y siete *stakeholders* de la industria aeronáutica. El encuentro permitió fortalecer el posicionamiento de Colombia como destino con potencial de expansión en conectividad aérea y avanzar en acercamientos con aerolíneas, que abren la puerta a futuras colaboraciones mediante esquemas de conectividad indirecta o triangular. La gestión de ProColombia se concentró en el crecimiento de rutas desde Chile, México y Estados Unidos. Además, el país fue reconocido dentro de la industria aérea global como un destino confiable y atractivo para la expansión de rutas.

En paralelo, en el producto de cruceros se logró, por primera vez, la llegada de cruceros internacionales a Colombia, tales como: AmaWaterways y National Geographic Quest a destinos emergentes, permitiendo integrar comunidades locales a circuitos turísticos internacionales y consolidar una oferta diferenciada basada en experiencias exclusivas y sostenibles. En el caso de AmaWaterways, se trata del primer crucero de lujo de esta empresa en el país y de su debut en el continente, recorriendo el río Magdalena y conectando los departamentos de Atlántico, Magdalena y Bolívar, así como AmaMelodía, segundo barco que lleva a cabo experiencias que integran el patrimonio cultural, historia y naturaleza, conectando municipios como Palenque (Gambote), Calamar, Santa Bárbara de Pinto, Usiacurí, Mompo y Magangué, estas acciones han contribuido a proyectar este corredor fluvial como un nuevo referente turístico a nivel internacional. Adicionalmente a este trabajo, se consolidaron relaciones con navieras como Royal Caribbean, Celebrity Cruises, Holland America, Seabourn, Silversea y Virgin Voyages.

Asimismo, la promoción del turismo marítimo y fluvial se fortaleció mediante la realización de recepciones inaugurales para nuevas líneas como: Virgin Voyages, Mitsui Ocean y Asuka II contribuyendo a afianzar el relacionamiento comercial y la imagen de Colombia como destino competitivo para cruceros.

Finalmente, se sumó el fortalecimiento del segmento de lujo mediante la renovación de la membresía de Colombia en la US Super Yacht Association, ampliando las oportunidades de posicionamiento internacional y reforzando la presencia del país en mercados especializados de alto valor.

Actividades de promoción

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

- **Macrorruedas**



Colombia Travel Mart – CTM: se realizó en el marco de la vitrina turística de ANATO, entre el 27 y 28 de febrero. Para 2025, el encuentro de negocios de turismo reportó expectativas de negocios por US\$59,5 millones y permitió que 180 compradores internacionales de 33 países se reunieran con 214 empresarios colombianos de 20 departamentos.



Colombia Nature Travel Mart: el encuentro de negocios más importante del país especializado en turismo de naturaleza, aventura, celebrado entre el 18 y 19 de septiembre en Cali, Valle del Cauca, con apoyo de Cali Valle Bureau y la Alcaldía de Santiago de Cali, registró expectativas de negocios por US\$14,4 millones.



La **Macrorrueda "Colombia, El País de la Belleza" Bioexpo 2025** en Pasto Nariño, se realizó el 2 y 3 de diciembre con el apoyo de la Gobernación de Nariño y la Cámara de Comercio de Pasto, reunió a 8 compradores internacionales de 3 países y 14 empresarios colombianos de 7 departamentos, generando expectativas de negocios por US\$1.063.300.

- **Presentaciones de destino**

Se realizaron más de 80 presentaciones de destino en Argentina, Bélgica, Brasil, Chile, China, Corea del Sur, Curazao, Dinamarca, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Guatemala, Honduras, Indonesia, Irlanda, Italia, México, Noruega, Panamá, Puerto Rico, Qatar, Reino Unido, Suecia y Venezuela, con más de 900 participantes con el fin de dar a conocer a mayoristas, agencias y tomadores de decisión de los mercados internacionales, los diferentes destinos y productos turísticos del país.

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

Para que mayoristas, agencias internacionales y medios de comunicación conocieran de primera mano la oferta turística de Colombia y pudieran promoverla y difundirla a nivel internacional, se organizaron más de 50 viajes de familiarización y más de 10 viajes de prensa. Estas actividades contaron con la participación de más de 500 representantes provenientes de 40 países.

- **Ferías y eventos internacionales**

Con el fin de dar a conocer la oferta nacional, Colombia y los empresarios de la industria turística estuvieron presentes en cerca de 75 ferías y eventos internacionales (incluyendo Workshops) en más de 20 países, entre ellos: Alemania, Argentina, Bahamas, Brasil, Canadá, Chile, China, Colombia, Corea del Sur, Costa Rica,

Ecuador, Emiratos Árabes Unidos, España, Estados Unidos, Francia, Irlanda, Italia, México, Noruega, Perú, Portugal, Qatar, Reino Unido, República Dominicana, Singapur, Sri Lanka y Venezuela.

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

- **Workshops**

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

- **Destination Colombia Roadshow - Canadá:** fue un evento que se llevó a cabo del 4 al 6 de febrero de 2025 en las ciudades de Montreal, Toronto y Vancouver en Canadá. Se contó con la participación de más de 150 empresarios, entre empresas canadienses y colombianas, incluidos tour operadores, agencias de viajes, medios de comunicación, aerolíneas, DMCs, hoteles independientes y cadenas hoteleras, con quienes se fortalecieron las relaciones comerciales, se llevaron a cabo espacios de formación sobre la oferta turística colombiana.
- **Workshop y Gira Comercial de Colombia en México:** se llevó a cabo entre los días 7 y 8 de mayo de 2025, el cual estuvo orientado a fortalecer los vínculos comerciales entre operadores turísticos colombianos y compradores mexicanos, generando expectativas de negocio por más de US\$7 millones.
- **Workshop Argentina, Paraguay y Uruguay:** este proyecto incluyó un encuentro comercial de un día en la ciudad de Medellín, precedido por dos viajes de familiarización en el Paisaje Cultural Cafetero y en Medellín. El workshop alcanzó un monto de expectativas de negocios por más de US\$5 millones, lo que representa un incremento significativo frente a 2024, cuando se registraron cerca de US\$2 millones. En esta edición participaron 31 empresarios exportadores, quienes atendieron a 18 compradores internacionales.
- **Workshop de Colombia en Chile y Perú:** Según los resultados reportados por los empresarios, el evento en ambos países generó expectativas de negocio por más de US\$8 millones, reflejando su impacto en la apertura y fortalecimiento de oportunidades comerciales. En total, participaron 25 empresas nacionales y 47 empresas internacionales, lo que evidencia el interés y la relevancia de este espacio para la internacionalización de la oferta turística colombiana.
- **Workshop Europa:** en el marco de la estrategia de promoción internacional de Colombia como destino turístico y de reuniones, se realizó en Frankfurt el evento Workshop Europa *"The Colombian Summer Connection"*, un encuentro de dos días en el hotel JW Marriott, diseñado para conectar la oferta turística colombiana con la demanda europea. Durante el workshop se llevaron a cabo 312 citas de negocio entre más de 30 empresarios nacionales e internacionales. De estas, el 91% (286 citas) correspondió a contactos realizados por primera vez, y el 69% (215 citas) manifestó interés en

generar negocios, lo que evidencia el impacto y la efectividad del evento en la apertura de nuevas oportunidades comerciales.

- **Roadshow de Colombia en Ecuador:** en 2025 se llevó a cabo en Guayaquil (15 y 16 de julio) y Quito (17 y 18 de julio). En esta edición se concretaron 412 citas, que generaron 367 oportunidades de negocio (129 en Guayaquil y 238 en Quito), con expectativas por más de US\$3 millones, consolidando el Roadshow como un espacio clave para fortalecer la relación comercial entre ambos mercados.
- **Workshop Brasil:** el evento reúne a empresarios brasileños y colombianos, ofreciendo un espacio para la generación de conocimiento y negocios permitiendo fortalecer la promoción de los productos y destinos identificados como potenciales en este mercado. De acuerdo con la perspectiva y lectura del mercado, se establecieron los siguientes segmentos o nichos: Lujo, Cultura, Bodas Destino, Viajes de Incentivo, Cicloturismo y Deportes Náuticos: Kitesurf. En la rueda de negocios que se realizó el 2 de septiembre participaron 19 exportadores y 56 compradores de Brasil en total y se generaron un total de más de US\$6 millones en expectativas de negocios.

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

- **Turismo de Naturaleza y Aventura**

- Participación de Colombia en la **Cumbre Global ATTA - Adventure Travel Trade Association (Chile)**, que reúne compradores de la industria con enfoque en nichos de naturaleza, aventura, sostenibilidad, y turistas de alto gasto. Se contó con la presencia de 8 exportadores del producto, en espacios de aprendizaje y networking, lo que permitió fortalecer la visibilidad del país ante actores clave del turismo de naturaleza de los mercados de Estados Unidos y Europa, principalmente, y se generaron cerca de US\$5 millones en expectativas de negocios.
- En conjunto con **G ADVENTURES**, uno de los tours operadores más importantes de turismo de naturaleza y comunitario en Canadá, ProColombia participó en la feria **“The Outdoor Adventure Show (OAS)”** que tuvo lugar en 3 ciudades (Vancouver, Calgary y Toronto). Adicionalmente, se desarrolló un despliegue digital promocionando a Colombia para el mercado canadiense, que comprendió campañas de e-mailing, inclusión de Colombia en las presentaciones de G ADVENTURES, inclusión de un video promocional, artículos en principales medios dirigidos al trade, apoyando una variedad de publicaciones en redes sociales y anuncios en el sitio web durante toda la duración del evento.
- A través de la revista **Wanderlust de Reino Unido**, que se centra en la promoción de destinos alternativos, experiencias auténticas y viajes responsables, se concretó el desarrollo y lanzamiento de un micrositio de naturaleza, con contenidos exclusivos de Colombia ([How to experience Colombia's many climates and cultures](#)) que contó con más de 30,000 impresiones. De manera complementaria al micrositio generado con Wanderlust, se realizó el **podcast “Colombia: Biodiversity Beyond Borders”** sobre los atractivos de biodiversidad del país con expertos: Shafik Meghji, reconocido y galardonado, periodista escritor de viajes, autor, editor y fotógrafo; Chris Bell, productor especializado en avistamiento de aves y experto internacional en biodiversidad; Angela

Posada-Swofford, reconocida escritora y periodista científica. Este podcast tuvo más de 800 descargas.

- Con la primera participación institucional de Colombia en el **Cycling Summit en Holanda**, se impulsó el posicionamiento del país como destino emergente para el turismo de ciclismo y aventura en el mercado europeo y se amplió la red de contactos de turismo en bicicleta para el mercado Europeo.
- **Turismo Cultural**
 - ProColombia enfocó sus esfuerzos en **viajes de familiarización y prensa** que permitieron a los participantes adentrarse en una experiencia inmersiva y vivir de primera mano el turismo de cultural. En el marco de Colombia Travel Mart 2025 se desarrollaron 18 viajes de familiarización, 15 de ellos con enfoque de turismo cultural con nichos como turismo musical, ciudades capitales, turismo musical, y estos complementados con otros productos como turismo de naturaleza, turismo de bienestar, turismo de aventura.
 - Uno de los viajes de prensa a resaltar fue un trabajo conjunto con uno de los operadores más importantes de Reino Unido para que una periodista de **NATGEO** viajara a Colombia. Esta periodista realizó una visita a Barranquilla y realizó un reportaje inspirador mostrando la ciudad desde una perspectiva gastronómica.
 - Desde un enfoque transversal, se avanzó en la promoción del turismo cultural con activaciones específicas mediante la presencia en nuevos mercados a través de **ATM 2025 (EAU), ITB Shanghai 2025 y Expo Osaka 2025**, destacando la riqueza patrimonial y creativa de Colombia.
 - Con el fortalecimiento del **turismo gastronómico como prioridad**, se avanza en el levantamiento de la oferta gastronómica del país, mediante el desarrollo de un estudio de mercado orientado a consolidar este segmento dentro de la estrategia de promoción internacional.
 - Mediante el trabajo transversal con Artesanías de Colombia, se fortaleció la articulación interinstitucional en ferias de turismo como **FITUR**, la promoción de las rutas turísticas artesanales entre los operadores de turismo receptivo y la participación en el Foro de Turismo y Paz en París, con una **representación destacada de la cultura Wayúu**.

- **Turismo Comunitario**

Como componente transversal de turismo comunitario, todas las acciones desarrolladas, sin distinción de producto, incorporaron un enfoque orientado a la participación de las comunidades locales, la sostenibilidad y el desarrollo inclusivo de los territorios. En este marco, la inclusión de experiencias con impacto comunitario se consolidó como un requisito para la participación comercial de los servicios promovidos por ProColombia.

- **Turismo de Sol y Playa**

- A partir de la presencia destacada de **Colombia en FIT Argentina**, se logró una alta visibilidad en una de las ferias más relevantes para el segmento de sol y playa, mediante gigantografías y material

promocional. Con la participación de más de 20 exportadores, se generaron expectativas comerciales por más de US\$6 millones.

- **San Andrés y Providencia** fue galardonado como Mejor Destino de Sudamérica por los **World Travel Awards**, distinción ampliamente destacada en medios y que refuerza el posicionamiento del archipiélago como destino de excelencia en la región.
- **Colombia cuenta por primera vez con 9 playas certificadas** con la distinción Bandera Azul, lo que refuerza la reputación del país en la gestión responsable de destinos de sol y playa.
- Se realizaron viajes de familiarización en Cartagena y Santa Marta en el marco de Colombia Travel Mart, presentando la oferta de playas colombianas a compradores internacionales y fortaleciendo su conocimiento del destino.
- **Turismo Diverso**
 - Se realizó por primera vez de manera presencial en Colombia la **Rueda de Negocios de Turismo Diverso e Inclusivo**, ésta conto con la participación de 30 empresarios, generando expectativas de negocio por más de US\$2 millones y una percepción altamente positiva entre exportadores y compradores. El evento representa un hito en la apuesta del país por consolidarse como un destino turístico respetuoso e incluyente.
 - A partir del fortalecimiento del posicionamiento regional, se contó con participación en eventos especializados como el **Foro LGBT de Brasil, GNetwork Chile y GNetwork Argentina**, lo que permitió ampliar la visibilidad de Colombia en el segmento LGBTQ+ e identificar nuevos aliados estratégicos para futuras acciones de promoción.
 - Mediante la alianza iniciada con el organismo **"Black Travel"** de Estados Unidos, se avanzó en una estrategia orientada al fortalecimiento comercial y la formación para el segmento afro, ampliando el alcance de la promoción internacional y promoviendo la inclusión de nuevos públicos.
- **Turismo de Reuniones**

Colombia logró la captación de 661 eventos (56 congresos, 210 convenciones, 197 viajes de incentivo, 10 eventos deportivos y 188 eventos entre bodas destino y tipo social, militar, educativo, religioso, fraternal cuyo acrónimo es SMERF), a realizarse en los departamentos de Antioquia, Atlántico, Bolívar, Caldas, Cesar, Cundinamarca, La Guajira, Magdalena, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, San Andrés y Providencia, Santander y Valle del Cauca, con una participación estimada de más de 137 mil personas, esto como resultado del trabajo conjunto entre ProColombia y los operadores, recintos tradicionales y no tradicionales, asociaciones, federaciones y entidades de promoción local en la identificación, seguimiento, acompañamiento y gestión de oportunidades.

- **En el segmento de congresos**, se avanzó en el fortalecimiento de los mecanismos de captación de eventos internacionales mediante la consolidación del Programa de Embajadores, a partir de un plan integral de mercadeo orientado a atraer nuevos participantes y a aprovechar su capital intelectual como activo estratégico. En mayo, se realizó un encuentro con 27 embajadores en el que se socializó

la estrategia y se definieron acciones conjuntas para la atracción de eventos de alto impacto. Este esfuerzo se complementó con la alianza con ICCA para 2025, que permitió fortalecer la cadena de valor en destinos emergentes, particularmente en eventos de origen asociativo, a través de seis *roadshows* con la participación de entidades públicas, proveedores y universidades, así como la ejecución de un programa de formación dirigido a bureaus y entidades de promoción.

- En el ámbito de **convenciones**, Colombia consolidó su posicionamiento regional al ser sede de **PCMA Convening Latam 2025 en Bogotá**, el primer evento de esta asociación en la región, que reunió a más de 400 representantes de la industria de reuniones y reforzó el papel de la ciudad como referente para congresos y convenciones. De manera complementaria, el impulso a la formación especializada permitió que doce empresarios colombianos obtuvieran certificaciones internacionales de PCMA en Estrategia de Datos para Eventos, *Event and Meeting Management* y *Digital Event Strategist (DES)*, fortaleciendo las capacidades profesionales del sector.
- En el segmento de **turismo de romance**, se avanzó en la diversificación internacional de la oferta de bodas mediante la ampliación de la promoción de Colombia como destino especializado, con el ingreso a nuevos mercados como Puerto Rico y República Dominicana, ambos con alto potencial de compra. Esta estrategia se reforzó con viajes de familiarización especializados que integraron componentes comerciales como *showrooms*, fortaleciendo las alianzas con socios locales y con sectores complementarios, en particular el sistema moda, y consolidando una propuesta de valor integral para este nicho.
- Finalmente, en **viajes de incentivos**, se fortaleció la competitividad del país a través de la actualización de la [Guía de Incentivos](#), que incorporó tres nuevas empresas y amplió la oferta nacional disponible para el segmento MICE. Este proceso se complementó con el fortalecimiento de capacidades profesionales, reflejado en la certificación *Certified Incentive Specialist (CIS)* obtenida por 17 profesionales colombianos en alianza con SITE, lo que contribuyó a elevar los estándares de calidad del sector.

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

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

- Con la consolidación de la Ruta Exportadora de Turismo, y tras dos años de pilotos con autoridades regionales, se estructuró una estrategia integral de internacionalización para destinos turísticos, orientada a fortalecer su competitividad y capacidad exportadora mediante acompañamiento técnico, planeación a la medida y el desarrollo de estrategias comerciales efectivas.
- Se programó una misión para 2025 enfocada en alojamientos rurales. Esta primera misión se realizó en noviembre en Costa Rica, impulsando la transferencia de conocimiento y la adopción de buenas prácticas internacionales.

- **Programa de Formación Exportadora de Turismo**

Se contó con la participación de más de 14.700 asistentes de los 32 departamentos, en temas como: sostenibilidad, innovación y calidad, producto turístico, entre otros. preparando al país para exportar servicios turísticos competitivos. Se resaltan algunas iniciativas como:

- Se desarrolló un plan de trabajo regional que llevó la **Ruta Exportadora a los departamentos** de los Andes Orientales, generando articulación institucional y acciones conjuntas orientadas al fortalecimiento y la promoción del turismo en la región.
- En el marco de la **innovación y la formación empresarial**, se lanzó un curso de inteligencia artificial dirigido a empresarios del sector turístico, orientado a fomentar la transformación digital y una gestión más eficiente de los servicios.
- **Programa "Tú, Mujer"**: Tiene el objetivo principal, impulsar el desarrollo de emprendimientos y proyectos liderados por mujeres y así prepararlas, adecuarlas e internacionalizar sus servicios turísticos. Se logró la participación de más de 180 mujeres empresarias en procesos de formación y fortalecimiento, y la cobertura del programa en 3 departamentos, impulsando la creación y consolidación de nuevas empresas con vocación exportadora.

- **Programa de Preparación y Adecuación**

Consiste en un plan de trabajo orientado al cierre de brechas de las empresas y se realiza con el fin de lograr el fortalecimiento de la oferta turística del país en torno al mercado internacional. Se realizaron más de 200 asesorías personalizadas en costeo y diseño de paquete turístico, imagen corporativa, especialización de producto, formalización, investigación de mercados y técnicas de negociación a más de 140 empresas de 47 municipios de 22 departamentos. Se resalta la presencia de empresas de municipios como: Cesar (Valledupar), Dibulla (La Guajira), Manaure (La Guajira), Santa Marta (Magdalena), Villagarzón (Putumayo), Buenaventura (Valle del Cauca) entre otros.

- **Ruedas de Encadenamiento**

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

- **Rueda Encadenamiento CTM - Colombia Travel Mart 2025**: Realizada de manera presencial el 26 de febrero, en la ciudad de Bogotá. Esta actividad tuvo como objetivo fortalecer la industria turística nacional, facilitando la participación de proveedores no solo turísticos, sino de bienes y servicios, y fomentar la creación de experiencias innovadoras. Se coordinaron 474 citas entre 89 proveedores de 22 departamentos y 57 compradores de 13 departamentos que manifestaron posibilidades de negocios por COP\$4.392 millones.
- **Rueda encadenamiento Macrorrueda 105**: Se llevó a cabo del 9 al 10 de julio en Cali, Valle del Cauca, con apoyo de la Gobernación del departamento del Valle Cauca, la Alcaldía de Santiago de Cali y la Cámara de Comercio de Cali. Este encuentro de negocios permitió que, para el eje de Turismo, 20

compradores nacionales de 8 departamentos se reunieron con 36 empresarios colombianos de 5 departamentos y se reportaron expectativas de negocios por COP\$9.844 millones.

- **Rueda encadenamiento CNTM - Colombia Nature Travel Mart 2025:** Realizada de manera presencial el 17 de septiembre en Cali, Valle del Cauca, como preámbulo al Colombia Nature Travel Mart 2025 (realizada del 18 y 19 de septiembre), tiene como objetivo facilitar encuentros efectivos entre empresas nacionales, además de facilitar la exposición internacional de los empresarios en territorio por medio de las alianzas que llegan a establecer durante los encuentros programados. Se coordinaron 290 citas entre 52 proveedores de 16 departamentos y 31 compradores de 14 departamentos que manifestaron posibilidades de negocios por COP\$2.265 millones.

- **Club de Producto e Innovación Turística**

Este programa ha tenido como objetivo desarrollar, para segmentos específicos, nuevos productos o aumentar el valor de los existentes buscando destacar la riqueza en biodiversidad, beneficiando a las comunidades, para crear una oferta renovada y mejorar los procesos de encadenamiento.

Con la realización de la tercera versión del Club de Producto, se logró el encadenamiento de 47 empresas de cinco regiones turísticas, mediante la creación de cuatro catálogos y 9 nuevos productos turísticos, que dieron origen a más de 20 paquetes internacionales. Por primera vez, Buenaventura y el Cauca se integraron al fortalecimiento comercial con una oferta diferencial.

En 2025, más de 90 empresas han participado en este laboratorio de innovación, creando nuevas experiencias alineadas con estándares internacionales y fortaleciendo la conexión entre comunidades y mercados globales.

Premios de Turismo de Colombia

En el Museo Nacional se llevó a cabo la séptima edición de los Premios de Turismo Colombia CO, reconocimiento que destaca a las iniciativas y actores que están transformando el turismo en el país a través de proyectos sostenibles, inclusivos, innovadores y con impacto en los territorios. La ceremonia reunió a representantes del sector público y privado, la academia y comunidades locales.

Para este año se postularon iniciativas provenientes de diferentes regiones del país, evaluadas por un panel de jurados nacionales e internacionales expertos en sostenibilidad, promoción turística, comunicación, inclusión y transformación digital. Organizados por ProColombia, estos premios se desarrollan bajo el liderazgo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, encabezado por la Ministra Diana Marcela Morales Rojas.

Al cierre del proceso de convocatoria se recibieron 85 postulaciones de empresarios, organizaciones y comunidades provenientes de 21 departamentos, correspondientes a las seis regiones turísticas que ProColombia promueve internacionalmente: Amazonas, Antioquia, Atlántico, Bolívar, Boyacá, Caldas, Cauca, Chocó, Córdoba, Cundinamarca, La Guajira, Magdalena, Meta, Nariño, Norte de Santander, Putumayo, Quindío, Risaralda, San Andrés y Providencia, Tolima y Valle del Cauca.

De ese proceso, se seleccionaron 20 finalistas. La definición de los ganadores estuvo en manos de un grupo de jurados nacionales e internacionales conformado por representantes de la academia (Universidad de La Sabana, Universidad Externado de Colombia, EAE Business School, Corporación Universitaria Iberoamericana, The Core Entertainment Science School), organizaciones no gubernamentales (Cámara de la Diversidad, Cámara de Comercio Electrónico y el Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC), agencias de cooperación (Swisscontact, Import Promotion Desk de Alemania) y expertos vinculados al sector.

Ganadores de la séptima edición:

- En la categoría “Sumando a la paz: proyectos que aportan desde el turismo a la cultura de paz”, ganó la propuesta presentada por Golfo de Morrosquillo ¡La Magia Está En Vivirlo!
- Corpochingaza: Ecoturismo comunitario como alternativa de conservación en el Parque Nacional Natural Chingaza fue el ganador en la categoría “Experiencias de turismo sostenible: reconociendo el turismo con impacto positivo”.
- Categoría “Turismo más allá de las fronteras: estrategia innovadora de promoción internacional de destinos y experiencias turísticas”. El ganador fue el Proyecto Legado del Bureau de Medellín, del turismo de reuniones al turismo con propósito.
- NuquiIncluye, de Nuquimex S.A.S fue el ganador en la categoría “Turismo para todos: iniciativas que suman a la diversidad y la inclusión”.
- En la categoría “Innovación en el turismo: de lo extraordinario a lo excepcional” el ganador fue Quálitas: más allá del realismo y la magia, de VAOVA Travel.
- Categoría “Mejor relato que destaque la belleza de Colombia”. El ganador fue la Fundación Convergentes – Colectivo La Nueva Columna, por su documental “Voces de la Gran Convención: Recorriendo la historia que nos une”.

Los ganadores de las cinco primeras categorías recibieron un cupo para participar en una misión de aprendizaje en Canadá, organizada por ProColombia y Catalyste+. Esta experiencia tiene como propósito fortalecer las capacidades de los empresarios colombianos en temas estratégicos para la industria turística y brindar herramientas que eleven la calidad y competitividad de su oferta. Por su parte, el ganador de la categoría de “Mejor relato que destaque la belleza de Colombia” obtuvo un viaje de prensa a la región Amazonía–Orinoquía, una oportunidad para continuar produciendo contenido que destaque la belleza y diversidad del país.

Reconocimientos de Turismo al país

Durante 2025 se recibieron los siguientes reconocimientos al país:

- Colombia fue nominada en 12 categorías de la versión global de los World Travel Awards 2025, uno de los galardones más prestigiosos del turismo mundial. Este reconocimiento reafirma el posicionamiento del país como un destino competitivo, diverso y sostenible.

- En la versión Suramérica de los World Travel Awards 2025, Colombia obtuvo importantes premios que consolidan su liderazgo regional. El país fue galardonado como Mejor Destino Juvenil, Asimismo, Bogotá fue reconocida por tener el Mejor Aeropuerto (El Dorado) y el Mejor Centro de Convenciones y Reuniones (Ágora), Cartagena ganó como Mejor Puerto de Cruceros y Mejor Destino para Lunas de Miel, y Boyacá fue elegido Mejor Destino Regional de Suramérica.
- Colombia fue destacada por la USTOA como el 12.º mercado más importante en la recepción de viajeros desde EE. UU.
- Cinco alojamientos colombianos pertenecientes a “Secretos de Colombia” obtuvieron las Llaves Michelin. Los establecimientos seleccionados son: Cannúa Lodge (Antioquia), que obtuvo dos Llaves Michelin, y Hacienda Bambusa (Quindío), Hotel Quadrifolio y Hotel Casa San Agustín (Cartagena), y Elcielo Hotel (Medellín).

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

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



NUESTROS
ALIADOS



Nuestros aliados

Iniciativas de Integración con otros países

Se cuenta con alianzas a través de distintos mecanismos de integración y organizaciones internacionales, dentro de las que se destacan:

- **Comunidad Andina (CAN)**

ProColombia lideró la Presidencia Pro Tempore del Comité Andino de Autoridades de Promoción de Exportaciones (CAAPE) entre septiembre del 2024 y agosto del 2025, consolidando un plan de trabajo enfocado en el fortalecimiento de las capacidades de internacionalización de las pymes andinas, la diversificación de la oferta exportable y canales de distribución en pro de dinamizar la integración regional entre los mercados de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú. El plan de trabajo contempló:

- Más de 580 colombianos, de los cuales el 59% fueron mujeres, participaron en procesos de **formación sobre oportunidades y tendencias del mercado europeo** a través del Programa de Internacionalización para ese mismo mercado, desarrollado en alianza con el Grupo Planeta y universidades europeas.
- Se llevó a cabo un **diagnóstico del canal HORECA (Hoteles, Restaurantes y Cafeterías)** en el bloque de países de la Comunidad Andina, teniendo en cuenta la oferta exportable disponible y su importancia en la industria del turismo. Esta información fue socializada a 238 colombianos (de los cuales el 56% fueron mujeres) a través de cuatro webinars especializados.
- Colombia fue sede del **XIV Encuentro Empresarial Andino**, realizado en Montería. En línea con la apuesta de diversificación de la oferta exportable andina, este ejercicio comercial tuvo un enfoque especializado en el canal HORECA e industrias conexas. Se contó con la participación de 34 empresas compradoras internacionales procedentes de la Comunidad Andina y de terceros países invitados (Argentina, Chile, Brasil, Guatemala, Jamaica, Panamá y República Dominicana) y 32 empresas exportadoras MiPymes colombianas de los departamentos de Antioquia, Atlántico, Córdoba, Magdalena, Nariño, Santander, Sucre y Valle del Cauca y Bogotá, registrando expectativas de negocio por alrededor de US\$3 millones, registrando un crecimiento del 101% en relación a la edición de este mismo evento para en el 2024.

- **Alianza del Pacífico (AP)**

ProColombia, en su calidad de presidente pro tempore del Grupo Técnico de Agencias de Promoción de la Alianza del Pacífico lideró la gestión de tres actividades de promoción conjunta. Estas actividades se presentan a continuación:

- El desarrollo del **XII Foro de Emprendimiento e Innovación LAB4+ de la Alianza del Pacífico** se realizó de manera virtual los días 26 y 27 de mayo. El Foro contó con una conferencia académica enfocada en la “Regulación y adopción responsable de la inteligencia artificial en mercados emergentes” en alianza con el Foro Económico Mundial. Dentro de los resultados, se destaca la participación de 11

potenciales inversionistas y 18 empresas compradoras internacionales procedentes de la Alianza del Pacífico y de terceros países invitados (Canadá, Estados Unidos, Guatemala y Panamá), que se reunieron con 45 empresas exportadoras y 10 startups colombianas, de estas, el 93% fueron MiPymes de los departamentos de Antioquia, Atlántico, Bolívar, Boyacá, Caldas, Cundinamarca, Norte de Santander, Risaralda, Santander, Valle del Cauca y Bogotá. En total se reportaron expectativas de negocio por US\$2.8 millones.

- Se actualizó el “**Portafolio de Promoción Conjunta de Proyectos de Inversión en Infraestructura de la Alianza del Pacífico 2025**” compuesto por 12 proyectos del bloque y cuyo objetivo es contar con una herramienta que facilite el posicionamiento de la AP como destino de Inversión Extranjera Directa.
- Teniendo en cuenta las oportunidades del canal HORECA (Hoteles, Restaurantes y Cafeterías) para la oferta exportable de la Alianza del Pacífico, y su relación con la industria del turismo, se realizó un **diagnóstico y levantamiento** de información del canal en los cuatro países, que fue socializada posteriormente a través de cuatro **webinars especializados**. En este espacio se capacitaron a más de 229 colombianos, de los cuales el 56% fueron mujeres.
- **Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)**

Se destaca la participación de 16 empresas exportadoras colombianas en la Tercera Rueda Virtual de la Industria Cosmética, Aseo Personal y Cuidado del Hogar, realizada del 18 al 20 de noviembre. El 69 % de los exportadores colombianos participantes ofrecieron productos cosméticos y de aseo personal, mientras que el 31 % correspondió a empresas de envases y empaques. Estas compañías sostuvieron citas de negocio con potenciales compradores de 13 países miembros de la ALADI.

En cuanto a la distribución territorial, el 63% de las empresas participantes provinieron de Bogotá, el 19% del Valle del Cauca, 6% de Antioquia, 6% de Putumayo y 6% de Santander. Por tamaño empresarial, el 87% fueron MiPymes.

- **Foro Económico Mundial (WEF)**

El plan de aprovechamiento de la membresía de ProColombia en el Foro Económico Mundial (WEF) se estructuró en siete pilares que incluyen acciones destacadas como la vinculación de expertos del WEF en las agendas académicas del Foro LAB4+ (26 de mayo) y la Macrorrueda de Negocios en Cali “Colombia, el País de la Belleza” (9 de julio); el aprovechamiento de la Plataforma de Inteligencia Estratégica mediante capacitaciones que formaron a 263 funcionarios de ProColombia y permitieron la descarga de más de 100 documentos que fueron de utilidad para la misionalidad de la Organización. La participación en eventos del WEF como la Reunión Anual en Davos, el Annual Meeting of the New Champions en Tianjin, el Trade and Investment Dialogue en Washington y el Country Strategy Meeting en México; la integración en comunidades del WEF como la Global Roundtable de Chief Operating, Supply Chain & Procurement Officers y Trade and Investment Development Agencies; y la publicación de dos artículos: “Colombia's sustainable coffee sector and its lessons for climate solutions” y “Colombia’s model of tourism with purpose provides lessons to the rest of the world”.

- **Otros escenarios multilaterales**

ProColombia aprovechó otros espacios multilaterales mediante la participación de sus autoridades y la presencia de Marca País. Entre las actividades más destacadas se encuentran el 17º Foro Empresarial de la Asociación de Estados del Caribe (AEC) del Gran Caribe, realizado el 27 de mayo en Cartagena, y el Foro Empresarial ALC-UE de la CELAC, llevado a cabo en Santa Marta el 9 de noviembre.

Cooperación internacional y nacional

Gracias a la gestión adelantada con diversos aliados estratégicos e iniciativas de cooperación, durante 2025 se apalancaron recursos por un valor de COP\$16.007 millones, de los cuales el 51% correspondió a aportes en efectivo y el 49% a aportes en especie, lo que permitió la ejecución de actividades misionales e institucionales de la entidad.

De manera complementaria, se estructuraron, presentaron y gestionaron 70 proyectos, actividades e iniciativas de cooperación nacional e internacional, de los cuales 26 se desarrollaron con cooperantes internacionales, 39 con cooperantes nacionales y 5 con actores públicos y privados, tanto nacionales como internacionales, orientados a proyectos de comercialización.

- **Cooperación Internacional**

Durante 2025, ProColombia gestionó y apalancó recursos a través de proyectos de cooperación internacional por un valor de COP\$2.189 millones, los cuales representaron el 14% del total de los recursos apalancados en la vigencia. Estos recursos se materializaron mediante acciones e iniciativas desarrolladas con aliados estratégicos de diversos países, entre ellos, Suiza, Alemania, España, China y Canadá.

A continuación, se presentan algunos de los proyectos y programas más destacados implementados en el marco de la cooperación internacional:

- **Programa Partnering in Business with Germany:** Se trata de una iniciativa del Ministerio Federal de Economía y Protección del Clima de Alemania (BMWK) que busca fortalecer las relaciones económicas y establecer asociaciones comerciales internacionales. A través de este, se logró la participación de 13 empresas colombianas en sesiones virtuales y presenciales de formación para el ingreso al mercado alemán, así como también la participación de estas empresas durante seis días de inmersión en el mercado, en visitas técnicas y una feria para el sector de Agroalimentos.
- **Import Promotion Desk de Alemania (IPD):** Es un programa de cooperación alemana que brinda asistencia técnica a exportadores colombianos para que ingresen al mercado europeo con foco principal en los sectores de productos frescos, flores cortadas e Ingredientes naturales en Colombia. A través de este, se logró la participación de empresas colombianas en ferias internacionales como The International Floriculture Trade Fair (ITFF) y Fruit Attraction. Adicionalmente, como parte del programa se realizaron actividades de fortalecimiento de capacidades para las empresas vinculadas al programa y dos misiones de compradores para el sector de flores.
- **Catalyste +:** Programa de cooperación canadiense para el fortalecimiento de empresas de múltiples sectores. Como parte del programa de asistencia técnica del gobierno canadiense se desarrolló en

noviembre 2025 una misión de asistencia técnica en el departamento de Chocó que tuvo como objetivo presentar una hoja de ruta para la internacionalización de las fiestas de San Pacho.

- **Swiss Import Promotion Programme (SIPPO):** Es el programa suizo de promoción de importaciones, que tiene como fin el fortalecimiento institucional a través de la transferencia de capacidades a organizaciones de promoción que tengan impacto en empresas de los sectores de interés y que apunten al crecimiento de sus exportaciones. Como parte del plan de trabajo para los sectores de alimentos frescos y procesados, ingredientes naturales y turismo sostenible, se llevaron a cabo múltiples iniciativas de asistencia técnica a ProColombia en temas como pacto verde europeo, turismo sostenible de reuniones, inteligencia artificial, participación en ferias internacionales como Anuga, entre otros.

- **Cooperación Nacional**

ProColombia gestionó recursos por un valor de COP\$13.888 millones, lo que representó el 86% del total de los recursos apalancados durante 2025. Esta cifra se alcanzó a través de actividades, acciones e iniciativas de cooperación con aliados de diversas regiones del país.

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

- **Convenio Ministerio de Tecnología de la Información - MINTIC 2025:** Convenio Interadministrativo de Cooperación que tuvo como objeto aunar esfuerzos para apoyar los procesos de internacionalización de empresas de la industria digital, incluyendo herramientas para la atracción de inversión extranjera directa y promoción en mercados internacionales estratégicos. A través de este Convenio, se logró apoyar a más de 500 empresas de la industria digital.
- **Convenio Secretaría de Desarrollo Económico - SDDE 2025 (Alcaldía de Bogotá):** Convenio de Cooperación que tuvo por objetivo aunar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros para impulsar la internacionalización de la ciudad de Bogotá D.C. y su tejido empresarial. Durante el 2025, 54 empresas se vieron beneficiadas en materia de formación exportadora, cierre de brechas y conexión comercial.
- **Convenio Fondo para la Vida y la Biodiversidad – COP30:** Convenio de Cooperación que tuvo como objeto aunar esfuerzos técnicos, administrativos, financieros y humanos para desarrollar actividades encaminadas a la participación de Colombia en la exposición internacional de la 30ª Conferencia de las Partes de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático 2025. Desarrollada en Belém du Pará, Brasil y donde se promocionó a Colombia como destino de Inversión Extranjera Directa sostenible.
- **Comercialización de Eventos:** A través de aliados públicos y privados, se logró la comercialización de actividades estratégicas para la organización, entre ellos:
 - **Macrorrueda Colombia el País de la Belleza 2025:** Para la actividad, se apalancaron más de COP\$1.000 millones en recursos líquidos y en especie con la participación de más de 60 aliados a través de la venta de paquetes comerciales. Además, se gestionaron los instrumentos de

cooperación para apalancar más de COP\$2.500 millones con aliados como la Gobernación del Valle, la Cámara de Comercio de Cali y la Alcaldía de Cali.

- **Rueda de Industrias del Movimiento 2025:** Se gestionó un contrato con la Alcaldía de Pereira, que tuvo como objeto: impulsar la promoción de exportaciones de empresas pereiranas, en el desarrollo de la Rueda de Industrias del Movimiento para promover la internacionalización, la innovación y la competitividad del sector productivo local, gracias a este contrato se llevó esta actividad comercial el 19 y 20 de noviembre de 2025 en Pereira.
- **Expo Osaka 2025:** Se desarrollaron alianzas con entidades como la Alcaldía de Cali, Artesanías de Colombia, Alcaldía de Bogotá y el Convenio con el SENA para el desarrollo de las diferentes actividades y activaciones llevadas a cabo en la agenda del Pabellón Colombia.



HERRAMIENTAS
DE INFORMACIÓN
DE VALOR AGREGADO



Herramientas de información de valor agregado

La Inteligencia Comercial que potencia la toma de decisiones

ProColombia apoya con información estratégica y herramientas especializadas el proceso de internacionalización de los empresarios, la identificación de oportunidades para la atracción de inversión extranjera en el país y la promoción del turismo en las regiones de Colombia, aportando data y análisis para la toma de decisiones informada.

En 2025 se continuó avanzando en la **generación y transferencia de conocimiento**, mediante análisis e información de valor agregado tanto sectorial, de mercado y especializado para los empresarios, **acompañamiento metodológico** facilitando a ProColombia la comprensión del entorno global, los mercados y los sectores, para la identificación de oportunidades de negocio, tendencias y nichos con potencial. De igual manera, se siguió impulsando **sinergias internas y externas** para el levantamiento de información primaria y de calidad, la gestión de aprendizajes y la adopción de buenas prácticas.

ProColombia se apoya con la analítica de datos, la gestión de proyectos, y la transformación de la información en diseño y visualizaciones para mejorar la comprensión y usabilidad de los insumos estratégicos. En este camino de seguir evolucionando, la incorporación de tecnologías, como la analítica avanzada y la inteligencia artificial han tenido un papel importante al permitir eficiencia, automatización de procesos y la generación de análisis de acuerdo con las necesidades de los grupos de interés.

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

- **Generación y transferencia de conocimiento**

En 2025 se generó información general y especializada con el objetivo de respaldar la implementación de las estrategias en exportaciones, inversión extranjera directa y turismo internacional.

- **Biblioteca ProColombia 2.0:** Se relanzó el principal repositorio de transferencia de conocimiento de la organización, con el fin de que la información sea de más fácil acceso y con una navegación intuitiva. La nueva estructura de la Biblioteca permite encontrar un portafolio para cada uno de los tres ejes; así como información relevante a nivel transversal.
- **Newsletter “Este dato yo se lo tengo”:** Se continuó fortaleciendo la estrategia comunicacional dirigida a la organización de forma periódica, orientada a visibilizar las herramientas y recursos disponibles para apoyar la labor de los equipos de trabajo de ProColombia. Esta iniciativa impulsa el uso activo, la consulta permanente y la apropiación de los insumos de inteligencia, contribuyendo al fortalecimiento de una cultura organizacional basada en el uso estratégico de la información y el conocimiento.
- **Información que acompaña la labor comercial de ProColombia:** se desarrollaron documentos entre perfiles y presentaciones sectoriales, perfiles logísticos, perfiles de turistas, estudios de mercado, cápsulas con la información de proyectos y cartillas para proveer un mayor entendimiento de las tendencias y de la demanda internacional. Dentro de la información desarrollada, se destaca: cartilla

de selección de mercados para la exportación de servicios, mapeo del mercado de marcas propias en Colombia, estudios de prospectiva en sectores de manufacturas (bioinsumos y jeans) para la atracción de la Inversión Extranjera Directa- IED y promoción de las exportaciones.

- **Cajas de herramientas estratégicas para la gestión de información y la toma de decisiones:** consolidan los productos que acompañan la gestión comercial de los Ejes y la planeación estratégica de ProColombia, dando respuesta a las necesidades de información de la organización y facilitando la toma de decisiones, que permiten:
 - Explorar: entender potenciales y segmentos.
 - Anticipar: Perspectivas, tendencias y proyecciones.
 - Conectar: integrar datos, construir tableros y bases para decisiones.
 - Y, Descubrir: identificar oportunidades potenciales.

Adicionalmente, se diseñó y publicó la Caja de Herramientas Expo Osaka en la página web del Pabellón Colombia, como un instrumento de apoyo a la participación de los empresarios en este escenario. Esta caja incluyó información especializada, entre la cual se destacan las cartillas de cultura de negocios para Japón, China, Corea del Sur y Emiratos Árabes Unidos, así como la Guía para el Inversionista, con las principales razones y oportunidades para invertir en Colombia.

Finalmente, en respuesta a las coyunturas geopolíticas globales y a los ajustes en las políticas comerciales del gobierno de Estados Unidos, se construyó la Caja de Herramientas de Coyuntura como un instrumento prospectivo de uso interno para ProColombia. Esta herramienta centraliza información estratégica y actualizada sobre el entorno comercial internacional, facilitando el análisis oportuno de posibles impactos en los procesos de internacionalización y apoyando la toma de decisiones informadas.

- **Análisis económicos relevantes y precisos sobre la coyuntura nacional e internacional**, para satisfacer las necesidades de la organización y de los empresarios.
- **Narrativa de Colombia como plataforma exportadora:** Se consolida en un documento independiente que reúne las razones clave para posicionar al país como un hub competitivo y apoyar las estrategias de inversión y exportaciones.
- **Acompañamiento metodológico**

Se desarrollaron herramientas orientadas al establecimiento de procesos estructurados para el análisis de mercados, sectores y oportunidades estratégicas, asegurando que la toma de decisiones se sustente en información confiable, consistente y actualizada. Se destacan:

- **Tablero de oportunidades de Colombia – TOC:** este año se migró la herramienta a una nueva visualización, con el fin de facilitar el trabajo diario de los asesores, permitiendo el acceso a la información necesaria para la toma de decisiones basada en el conocimiento organizacional, tales como:
 - Oportunidades validadas en un repositorio accesible que integra el conocimiento estratégico y comercial de Colombia y de los mercados internacionales.
 - Cifras para los tres ejes de negocio, a nivel de producto, mercado y departamento.

- Enlaces directos a los contenidos técnicos contruidos para la organización.
- **Tablero Centro de Inteligencia de Turismo Internacional - CITI:** se desarrolló una herramienta interactiva que permite a los usuarios analizar y explorar de manera dinámica información clave del turismo internacional, incluyendo el número de turistas por país de origen, el gasto promedio, la estacionalidad y otros indicadores relevantes. A través de visualizaciones dinámicas y tablas personalizables, el tablero facilita la comprensión de las tendencias turísticas y el análisis de los flujos de visitantes a lo largo del tiempo, apoyando la toma de decisiones informadas tanto en el sector público como el privado.
- **Plataforma de Análisis y Datos de Exportación – PADEX:** se construyó una herramienta que permite visualizar el comportamiento exportador de bienes, mejorando la comprensión de la dinámica exportadora y permitiendo la automatización de los análisis.
- **Modelo de diversificación de mercados para productos no tradicionales de Agroalimentos:** mediante un análisis cuantitativo, se identifican y priorizan los productos no tradicionales de la cadena de Agroalimentos de acuerdo con su potencial de crecimiento en los mercados atendidos por las oficinas comerciales de ProColombia.
- **Modelos de potencialidad para turismo:** es una herramienta de apoyo estratégico que permite focalizar y optimizar las actividades de promoción en los mercados más importantes para la atracción de viajeros hacia Colombia y de eventos internacionales.
- **Caracterizaciones sectoriales:** se realizó un levantamiento de información con los gremios y empresarios para los sectores de software, animación y videojuegos, a través de las cuales se busca conocer a profundidad la oferta colombiana y sus intereses en la internacionalización.
- **Otros tableros y herramientas sectoriales:**
 - **Tableros para el sector Servicios 4.0:** los cuales contienen información en Colombia para Centro de servicios compartidos, salarios en el sector software, graduados, ocupados, cifras de Inversión Extranjera Directa, multilingüismo, entre otros.
 - **Base de empresas** con algunas de las **principales certificaciones en sostenibilidad** para el sector de agroalimentos.
 - **Tablero de salarios:** este tablero facilita la definición de rangos salariales adaptados a empresas de diferentes tamaños y sectores.
 - **Estimador de costos salariales:** herramienta para calcular el costo total de emplear un trabajador.
- **Modernización del Directorio Logístico:** es una herramienta clave para la consulta de información sobre la logística de exportación y las empresas proveedoras de servicios logísticos que intervienen en los procesos de Distribución Física Internacional (DFI). La nueva versión incorpora funcionalidades más intuitivas y una mejor experiencia de usuario, fortaleciendo el servicio ofrecido a empresarios y usuarios internos. Desde su lanzamiento en abril y hasta la fecha, la herramienta ha registrado 3.672 visitas, lo que representa un crecimiento del 176% frente al año anterior, evidenciando su mayor adopción y relevancia.

- **Sinergias internas y externas**

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

- **Programas de Alianzas Logísticas de Transporte:** se han beneficiado 304 empresas exportadoras permitiéndoles acceder a las tarifas preferenciales con aliados Courier generando ahorros estimados del 30% al 60% en sus envíos en promedio.
- **Sinergias con Agencias de Promoción de Inversión Regional (APRIs)** con un enfoque en el desarrollo de capacidades de inteligencia comercial a través de sesiones personalizadas de transferencia de conocimiento. Estas sesiones permitieron a las agencias estructurar y ajustar sus propuestas de valor de manera más estratégica. De forma complementaria, se implementaron comités periódicos con las APRIs para la socialización de buenas prácticas desde la Inteligencia Comercial, promoviendo una mayor articulación y alineación institucional.
- **Articulación con gremios, entidades de gobierno, empresarios y otros actores clave:**
 - Alianza con ANATO para la divulgación de los perfiles de turistas de los mercados prioritarios en la promoción de Colombia como destino turístico internacional.
 - Trabajo conjunto con el Viceministerio de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - MinCIT y FONTUR para el fortalecimiento de las cifras del sector.
 - Articulación con Confecámaras y Oficina de Estudios Económicos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – MinCIT para mejorar la calidad de las estadísticas recibidas del RUES y estar articulados en el procesamiento.
 - Articulación con gremios y empresarios de los sectores de videojuegos, animación y audiovisual para construcción de información sectorial.
 - Fortalecimiento del relacionamiento con los proveedores de servicios logísticos para incrementar la oferta contenida en el Directorio logístico al que acceden los empresarios.
 - Memorando de entendimiento con la Institución Superior en Logística – ICIL para la transferencia de conocimiento y el intercambio de información sectorial, especialmente en logística y transporte.

Herramientas digitales

En 2025 ProColombia fortaleció sus plataformas con desarrollos que simplifican la navegación, mejoran la consulta de información y hacen más fácil la interacción con audiencias nacionales e internacionales. Los avances se organizaron por cada eje estratégico y priorizaron herramientas que responden a las necesidades de los usuarios. A continuación, se destacan las siguientes:

- En relación con **Marca País**, el portal colombia.co creció con nuevas funcionalidades que mejoran la exploración del país. Se lanzó la sección de **Mapas y Regiones**, un espacio que organiza contenido territorial de forma visual y permite recorrer zonas del país con mayor precisión. También se incorporó el sistema de **Adserver** (Sistema avanzado de manejo de campañas digitales dentro del sitio) y se integró **Google Translate IA** para ampliar el alcance internacional del contenido permitiendo el portal en 350 idiomas.

El ecosistema de interacción de Marca País sumó un avance clave con la publicación de **20 trivias** en trivia.colombia.co, pensadas para aumentar la participación y acercar al público a la narrativa del país de una manera dinámica.

Junto a estos desarrollos se realizaron mejoras sobre herramientas ya existentes. El portal afinó el [formulario de aliados](#) para facilitar la relación con socios estratégicos. También se rediseñó el **buscador**, ahora más preciso en sus resultados, y se optimizó el uso del **módulo pop up** para apoyar campañas y mensajes clave dentro de la experiencia del usuario.

- En relación con **exportaciones**, la información para exportadores avanzó con nuevos desarrollos dentro de Colombia Trade. Se creó un [calendario renovado de eventos de Formación Internacional](#), con una estructura más visual que facilita la consulta de actividades de capacitación. Además, la [plataforma de formación](#) recibió un rediseño completo de su página principal, lo que permitió organizar mejor los cursos, rutas de aprendizaje y recursos disponibles para empresarios.

Sobre los servicios ya consolidados, se ajustó el **buscador de Colombia Trade**, lo que permite que los exportadores encuentren información sectorial y de mercados de manera más ágil.

- En relación con **Inversión**, se creó el **mapa regional de oportunidades de inversión**, una herramienta visual que reúne información por departamentos y sectores, dentro del [buscador de oportunidades de inversión](#), y que facilita la búsqueda de oportunidades de negocio para inversionistas internacionales.

El portal también integró **Google Translate IA**, lo que amplió la capacidad de consulta en diferentes permitiendo el portal en 350 idiomas. Sobre funcionalidades existentes, se optimizó el **Buscador de Oportunidades de Inversión**, mejorando tiempos de carga, filtros y precisión de resultados. Se reforzó el **módulo pop up** y se avanzó en un sistema de **control y gestión de sesiones activas**, orientado a mejorar la seguridad en el acceso a investincolombia.com.co.

- En relación con **Turismo**, el portal colombia.travel sumó nuevas secciones que enriquecen la experiencia del viajero internacional. Una de ellas es [Destinos Ocultos de Colombia](#), que destaca lugares poco explorados con contenido claro, rutas y datos prácticos. A esto se suma el módulo de [Rutas Aéreas](#), pensado para orientar sobre la conectividad del país, así como **Operadores e itinerarios**, que reúne proveedores y planes que facilitan la organización del viaje.

Se habilitó, además, un [formulario para influenciadores](#), que centraliza la gestión de colaboraciones, y se añadió **Google Translate IA** para ampliar la consulta internacional a 350 idiomas.

En paralelo se ajustaron distintos componentes existentes. La sección de [Información Práctica](#) fue rediseñada para facilitar la lectura y el acceso a datos clave de viaje sobre Colombia. También se reestructuraron artículos, la plataforma empresarios.colombia.travel recibió un **rediseño de la landing de cápsulas de formación**, lo que mejoró la consulta de recursos para el sector.

Este año se lanzó el [Club de Producto](#), un espacio especializado para acceder a contenidos y herramientas por segmentos estratégicos.

Adicionalmente, a nivel institucional se tuvo un desarrollo central: la creación del portal oficial de [Colombia en Expo Osaka 2025](#), uno de los proyectos más relevantes del año. Este sitio integra contenido, piezas visuales y una estructura pensada para audiencias globales que buscan información clara sobre la participación del país.

También se lanzó la [landing de la convocatoria alemana](#), creado para facilitar la consulta de oportunidades vinculadas a cooperación entre Colombia y Alemania, particularmente Partnering in Business with Germany (PG) que es un programa global del Ministerio Federal de Economía y Energía diseñado para promover el comercio exterior y la inversión.

Comunicaciones

Con una estrategia integral en lo nacional, internacional y digital, a través de planes de comunicación de alto nivel, gestión con medios nacionales e internacionales, ejecución de press trips, producción de contenidos audiovisuales y digitales, así como acompañamiento a eventos estratégicos, acciones de monitoreo reputacional, manejo oportuno de contingencias comunicacionales y articulación con aliados públicos y privados, se fortaleció el posicionamiento de ProColombia como la voz que impulsa la imagen del país en el mundo.

En comunicaciones nacionales, se fortaleció el posicionamiento institucional y la presencia estratégica de ProColombia en la agenda mediática del país. Los voceros de la organización participaron en foros de alto impacto, incluidos espacios organizados por El Tiempo, Forbes, revista Cambio y universidades como el Externado de Colombia.

Por otro lado, se consolidó una presencia robusta en medios nacionales con un free press estimado en COP\$70.288 millones, la publicación de 57 columnas de opinión y cerca de 8.366 entrevistas y menciones. Se generaron espacios de publicación en medios regionales, entre otros, de Magdalena, Bolívar, Córdoba, Santander, Antioquia y Valle del Cauca. Adicionalmente, se obtuvo una columna quincenal para la Presidenta de la Organización en RCN (versión web), un hito clave que amplifica la voz institucional.

En términos de comunicación internacional, se generó un free press de US\$553 millones, y la realización de 21 press trips internacionales con más de 80 periodistas de diferentes medios impactados. Los press trips internacionales contribuyeron a posicionar zonas en procesos de reconocimiento internacional como la región turística del Pacífico y la Amazonía - Orinoquía en medios extranjeros, promoviendo destinos emergentes en línea con la estrategia del Gobierno.

En materia de comunicación empresarial, se fortaleció la relación con el sector productivo gracias a la difusión de más de 20 newsletters especializados, acercando información estratégica a nuestras audiencias finales y permitiendo que se mantengan actualizados sobre oportunidades, herramientas y resultados institucionales.

Asimismo, se acompañaron más de 15 eventos, amplificando mensajes sectoriales y posicionando a ProColombia como un aliado de alto valor para el tejido empresarial. De manera complementaria, se generaron 8 columnas de opinión orientadas a destacar avances, casos de éxito y tendencias de internacionalización, consolidando una comunicación cercana, oportuna y enfocada en fortalecer la competitividad del país.

En el marco de Expo Osaka, se produjeron más de 70 contenidos multiformato, incluyendo reels, vlogs, historias, videos institucionales y piezas adaptadas para redes sociales, así como la organización de espacios para tomas oficiales en canales como: Get! Every TBS TV, CBC, Sekida TV, NHK, Osaka TV コゴスマ, Japan Times, YTV y Nextry. Esta estrategia generó más de 400 notas publicadas, un free press internacional de US\$38 millones de dólares, y una audiencia impactada superior a 100 millones de personas.

De la misma manera, se fortaleció la estrategia digital y audiovisual, consolidando un ecosistema de contenidos que conecta a ProColombia con audiencias nacionales e internacionales de manera cercana y dinámica. Asimismo, se acompañó en eventos estratégicos, giras y vocerías, produciendo videos institucionales, cápsulas informativas, piezas fotográficas, contenido para redes y podcasts. Uno de los hitos fue el rediseño de “ProColombia Informa: Noticias de El País de la Belleza”, que adoptó un formato que permitió incrementar la interacción y posicionándose como un referente para visibilizar los avances institucionales y los logros en turismo, inversión y exportaciones.

De forma complementaria, se produjeron más de 200 piezas difundidas en todas las redes sociales de la organización, reforzando la presencia digital con contenidos de alta calidad y alineados con los mensajes estratégicos.



FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL



Fortalecimiento Institucional

Nuestro talento

Para ProColombia, el recurso humano es su principal activo, ya que el conocimiento especializado de los colaboradores sostiene la entrega de servicios de alto impacto para el crecimiento económico y social del país. Por ello, la organización ha priorizado el fortalecimiento del *onboarding*, la capacitación continua y el bienestar integral del equipo, asegurando que cada persona cuente con las herramientas y el acompañamiento necesarios para desarrollar su máximo potencial. Estas acciones se complementan con programas de formación, salud y seguridad en el trabajo, compensación y beneficios, que contribuyen a un ambiente laboral positivo y a la calidad de vida de los colaboradores.

El total de colaboradores es 415. A continuación, se presenta la distribución por género:

Tabla 6. Distribución por género de los colaboradores

Género	No. colaboradores	Porcentaje
Hombre	166	40%
Mujer	249	60 %
Total	415	100%

Fuente: Cálculos Propios - ProColombia

De los 415 colaboradores, 311 se encuentran en Colombia: 308 son directos y 3 indirectos¹⁰.

Tabla 7. Distribución por género de los colaboradores en Colombia

Género	No. colaboradores	Porcentaje
Hombre	126	40,5%
Mujer	185	59,5%
Total	311	100%

Fuente: Cálculos Propios - ProColombia

En relación con la cantidad de colaboradores en el exterior, corresponde a 104.

Tabla 8. Distribución por género de los colaboradores en el exterior

Género	No. colaboradores	Porcentaje
Hombre	40	38,5%
Mujer	64	61,5%
Total	104	100%

Fuente: Cálculos Propios - ProColombia

De los colaboradores en Colombia, 248 se encuentran ubicados en Bogotá y 63 en oficinas regionales. A continuación, se presenta la distribución por género:

¹⁰ Como "indirectos" se están incluyendo las personas contratadas a través de una empresa de servicios temporales para un proyecto específico o por reemplazo de licencias de maternidad.

Tabla 9. Distribución por género de los colaboradores en Bogotá

Género	No. colaboradores	Porcentaje
Hombre	98	39,5%
Mujer	150	60,5%
Total	248	100%

Fuente: Cálculos Propios - ProColombia

Tabla 10. Distribución por género de los colaboradores en oficinas regionales

Género	No. colaboradores	Porcentaje
Hombre	28	44,4%
Mujer	35	55,6%
Total	63	100%

Fuente: Cálculos Propios - ProColombia

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

Tabla 11. Distribución por género de los colaboradores por región

Región	No. colaboradores	Porcentaje
Antioquía	14	22,2%
Atlántico, Magdalena, Cesar, Guajira y San Andrés	8	12,7%
Bolívar, Córdoba y Sucre	8	12,7%
Caldas	4	6,3%
Norte de Santander	4	6,3%
Risaralda, Quindío, Tolima y Huila	8	12,7%
Santander	6	9,6%
Valle del Cauca, Cauca, Nariño y Chocó	11	17,5%
Total	63	100%

Fuente: Cálculos Propios - ProColombia

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

Tabla 12. Distribución por nivel jerárquico de los colaboradores

Nivel	No. colaboradores	Porcentaje
Directivo	77	18,6%
Asesor Senior	120	28,9%
Asesor	124	29,9%
Profesional	57	13,7%
Auxiliares Técnicos	37	8,9%
Total	415	100%

Fuente: Cálculos Propios - ProColombia

Tabla 13. Distribución por nivel jerárquico y género de los colaboradores

Nivel	No. Mujeres	% Mujeres	No. Hombres	% Hombres
Directivo	38	9,2%	39	9,4%
Asesor Senior	69	16,6%	51	12,3%
Asesor	82	19,8%	42	10,1%
Profesional	31	7,5%	26	6,2%
Auxiliares Técnicos	29	7,0%	8	1,9%
Total	249	60,1%	166	39,9%

Fuente: Cálculos Propios - ProColombia

Tabla 14. Distribución por edades de los colaboradores

Rango de edad	No colaboradores	Porcentaje
Menores de 30	81	20%
30-39	148	36%
40-49	118	28%
Mayores de 50	68	16%
Total	415	100%

Fuente: Cálculos Propios - ProColombia

Tabla 15. Distribución por generaciones de los colaboradores

Rango de edad	No colaboradores	Porcentaje
Baby Boomer	9	2,2%
Generación X	104	25,1%
Millenials	235	56,6%
Generación Z	67	16,1%
Total	415	100%

Fuente: Cálculos Propios - ProColombia

Tabla 16. Distribución por población diversa de los colaboradores

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

Fuente: Cálculos Propios - ProColombia

- Atracción del talento**

En 2025, fueron contratados 49 nuevos colaboradores distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 17. Distribución de nuevas contrataciones

Tipo	No. colaboradores	Porcentaje
Directo	41	83,7%
Indirecto	8	16,3%
Total	49	100%

Fuente: Cálculos Propios - ProColombia

Tabla 18. Distribución de nuevas contrataciones por oficina

Oficina	No. colaboradores	Porcentaje
Bogotá	33	67,3%
Oficinas regionales	5	10,2%
Oficinas comerciales	11	22,5%
Total	49	100%

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia

Tabla 19. Distribución de nuevas contrataciones por rango de edad

Rango de edad	No. colaboradores	Porcentaje
Menores de 30	18	36,8%
30-39	19	38,8%
40-49	6	12,2%
Mayores de 50	6	12,2%
Total	49	100%

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia

Tabla 20. Distribución de nuevas contrataciones por género

Género	No. colaboradores	Porcentaje
Hombre	24	49%
Mujer	25	51%
Total	49	100%

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia

- **Programa Semillero**

Esta iniciativa busca formar practicantes altamente comprometidos e innovadores, con competencias que les permitan adaptarse a un entorno laboral en constante transformación. El objetivo es que, a futuro, se conviertan en candidatos idóneos para cubrir las diferentes vacantes dentro de la organización, fortaleciendo así el talento humano.

En el 2025 ProColombia trabajó con un total de 32 convenios vigentes con universidades del territorio nacional, lo que permitió la inclusión de estudiantes provenientes de diferentes regiones del país. Esta red de alianzas fortalece la diversidad y el alcance del programa de prácticas, garantizando la participación de talento joven en distintas áreas de la organización.

Durante el año 2025, ProColombia incorporó 166 practicantes. Esta gestión refleja el compromiso de la organización con la formación de talento joven y el fortalecimiento de capacidades en diferentes áreas estratégicas.

Tabla 21. Numero de practicantes y distribución semestral

I Semestre 2025			II Semestre 2025	
Género	No. Personas	Porcentaje	No. Personas	Porcentaje
Hombre	27	28,4%	24	33,8%
Mujer	68	71,6%	47	66,2%
Total	95	100%	71	100%

Fuente: Cálculos Propios - ProColombia

El Programa Semillero se consolidó como una de las principales fuentes de reclutamiento para ProColombia. Del total de 49 nuevas contrataciones, 16 correspondieron al cargo de Profesional, y de estas, 10 fueron cubiertas por ex practicantes, lo que representa un 62,5% en ese nivel. En términos generales, el programa aportó el 20,4% del total de contrataciones, evidenciando su impacto en la generación de talento interno y la continuidad del conocimiento en la organización.

- **Rotación**

Durante 2025, se dio una rotación del 13,5% debido a 56 retiros: 41 en Colombia y 15 en el exterior. La distribución de los retiros presentados en 2025 es la siguiente:

Tabla 22. Retiros por edad

Rango de edad	No. Personas	Porcentaje
Menores de 30	11	19,6%
30-39	26	46,4%
40-49	9	16,1%
Mayores de 50	10	17,9%
Total	56	100%

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia

Tabla 23. Retiros por género

Género	No. Personas	Porcentaje
Hombre	25	44,6%
Mujer	31	55,4%
Otro	0	0%
Total	56	100%

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia

Tabla 24. Retiros por Oficina

Oficina	No. Personas	Porcentaje
Bogotá	32	57,1%
Oficinas Regionales	9	16,1%
Oficinas Comerciales	15	26,8%
TOTAL	56	100%

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia

- **Gestión del desempeño**

Durante el 2025, se llevó a cabo el proceso de gestión de desempeño a 381 colaboradores de 402 colaboradores habilitados para realizar el proceso, alcanzando una cobertura del 94%, teniendo en cuenta que este proceso aplica para aquellos que ingresen antes del 1 de octubre del año a evaluar.

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

Tabla 25. Colaboradores participantes de la evaluación de desempeño por género

Género	No. Colaboradores	Porcentaje
Hombre	146	38,3%
Mujer	235	61,7%
Total	381	100%

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia

Tabla 26. Colaboradores participantes de la evaluación de desempeño por nivel jerárquico

Nivel	No. Personas	Porcentaje
Presidencia, Vicepresidencias, Gerencias y Direcciones	46	12,1%
Coordinaciones y Subdirecciones	18	4,7%
Contribuidores individuales (sin personal a cargo)	317	83,2%
TOTAL	381	100%

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia

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

Dicho proceso está estructurado en tres etapas formales distribuidas a lo largo del año. La primera consiste en la fijación de los objetivos corporativos, que se traduce en la asignación de metas y objetivos individuales a cada miembro de la organización, lo cual asegura que cada colaborador comprenda su papel en el cumplimiento de las metas estratégicas.

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

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

- **Formación y desarrollo**

- **Inducción corporativa**

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

Durante 2025, se llevó a cabo la inducción corporativa para 46 nuevos colaboradores (incluyendo personal temporal), lo que representa un 100% de los nuevos ingresos. Además, la satisfacción general con el proceso fue de 4,96 sobre 5,0.

- **Formación**

Durante el 2025, 405 colaboradores participaron en cursos de formación. El promedio de horas de formación fue de 12,6 distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 27. Promedio de horas de formación por género

Género	Cantidad de horas promedio
Hombre	12,8
Mujer	12,4
Total	12,6

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia

Tabla 28. Promedio de horas de formación por nivel jerárquico

Nivel	Cantidad de horas promedio
Presidencia, Vicepresidencias, Gerencias y Direcciones	9,3
Coordinaciones y Subdirecciones	12,4
Contribuidores Individuales (sin personal a cargo)	13,1

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia

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

Adicional a lo anterior, muchas de las capacitaciones y programas de formación se enfocaron en temáticas relacionadas con el uso y la aplicación de la Inteligencia Artificial. Asimismo, se han otorgado certificados de participación a los asistentes que completaron satisfactoriamente cada proceso formativo, reconociendo su compromiso con el desarrollo profesional y la adquisición de nuevas competencias tecnológicas. Este reconocimiento no solo refuerza el valor del aprendizaje continuo dentro de la organización, sino que también motiva a los equipos a seguir explorando herramientas innovadoras que contribuyan al crecimiento institucional.

- **Desarrollo**

En 2025, se llevaron a cabo 14 promociones internas y 4 traslados horizontales, proporcionando a los colaboradores un espacio de crecimiento donde encuentren las herramientas necesarias para potenciar su desarrollo personal y profesional, de esta manera ProColombia facilita entornos laborales más competitivos de acuerdo con los desafíos que afronta la organización.

- **Bienestar y ambiente laboral**

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

De la misma manera, con el objetivo de promover un excelente ambiente laboral, en 2025 se destacaron las siguientes acciones:

- Se llevó a cabo el programa **Creciendo Contigo**, el cual consiste en la asignación de un padrino o madrina para fortalecer el proceso de on-boarding de los nuevos colaboradores.
- Se realizó el primer programa de **Formación de Mentores**, que buscó brindar acompañamiento a los colaboradores que así lo requieran.
- Se fortaleció el **programa de reconocimientos**, mediante la realización de la ceremonia de Estrellas ProColombia, destacando a 25 colaboradores en 9 categorías.
- Se brindó **Coaching** a 3 líderes de la organización.

Asimismo, desde el año 2024 a través del programa **ProBienestar**, cuyo objetivo principal es involucrar a todos los colaboradores mediante actividades diseñadas para atender sus intereses y ofrecerles las condiciones necesarias que favorezcan su productividad y calidad de vida, tanto en el ámbito laboral como personal, se entregó una oferta integral de 32 actividades orientadas a fortalecer el bienestar físico, emocional y social de los colaboradores de la Oficina de Bogotá, Oficinas Regionales y Oficinas Comerciales. Estas iniciativas promovieron la integración, el reconocimiento, el autocuidado y el sentido de pertenencia institucional, incluyendo celebraciones, formación, actividades deportivas, ferias de emprendimiento, integración familiar y fechas conmemorativas alineadas a la estrategia del clima organizacional.

Asimismo, para la atracción y retención del talento humano de ProColombia se cuenta con un paquete de Compensación que tiene los siguientes componentes:

- **Trabajo Remoto:** el equipo de ProColombia utilizó la modalidad de trabajo híbrido, asistiendo presencialmente 4 días a la semana a las oficinas y 1 de manera remota.
- **Auxilio de Salud:** se otorga un auxilio de salud para el colaborador y hasta 4 beneficiarios con primer grado de afinidad y/o consanguinidad. El propósito de este auxilio es cubrir parte del plan de medicina prepagada de los colaboradores mediante el reembolso de un monto fijo mensual, previa presentación de la factura correspondiente al servicio.

- **Póliza de Seguro:** se otorga a los colaboradores a partir de su vinculación, una póliza de vida en caso de fallecimiento o discapacidad total o parcial.
 - **Póliza Exequial:** Se incluyó en el paquete de beneficios una póliza exequial que cubre al colaborador y a 7 beneficiarios, para aquellos colaboradores afiliados al Fondo de Empleados.
 - **Auxilios Educativos:** se otorgaron apoyos financieros a colaboradores que se encuentran realizando programas académicos de pregrado, postgrado, diplomados o idiomas, beneficiando a un total de 32 colaboradores por un monto de COP\$51.905.911.
 - **Becas académicas para hijos de colaboradores:** se dio continuidad al convenio de cooperación académica que existe desde el año 2018 entre la Universidad Politécnico Gran Colombiano y ProColombia. Se otorgaron 5 becas anuales por el 90% del estudio en programas de pregrado para los hijos del personal de la organización.
 - **Licencias no remuneradas para estudio:** 4 colaboradores finalizaron sus licencias no remuneradas, aprobadas para cursar programas presenciales de postgrado y maestrías en el exterior.
 - **Permiso por matrimonio:** se entregaron 5 permisos por matrimonio, los cuales consisten en 5 días hábiles para que los colaboradores puedan disfrutar esta ocasión especial.
 - **Permiso parental:** se otorgaron 5 permisos parentales de acuerdo con la siguiente tabla:

Tabla 29. Cantidad de colaboradores con permiso parental por género

Género	No. Colaboradores	Porcentaje
Hombre	2	40%
Mujer	3	60%
Total	5	100%

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia

- **Seguridad y salud en el trabajo**

En 2025 no se presentaron incidentes o accidentes de trabajo. De igual manera en ProColombia no se han presentado enfermedades profesionales, por lo que la tasa de incidencia es 0%, de modo que la tasa de días perdidos por enfermedad y accidentes en 2025 fue del 0%. Frente a la tasa de ausentismo laboral, fue del 1,8 %, debido a condiciones de salud asociadas al sistema respiratorio y sistema digestivo.

ProColombia implementa la Política de Seguridad de Información y Seguridad y Salud en el Trabajo de acuerdo por lo dispuesto por Fiducoldex como administrador del Patrimonio Autónomo, dando cumplimiento al Decreto Único Reglamentario 1072 de 2015, Resolución 312 de 2019 y demás normativas relacionadas con esta materia.

En ProColombia el 80% de los colaboradores cubiertos por el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SGSST) están ubicados en las oficinas principales en Bogotá, el 20% en las oficinas regionales y 7 % en el exterior, estos últimos se rigen por la legislación de Seguridad y Salud en el trabajo de cada país donde laboran.

Durante 2025, ProColombia desarrolló actividades en torno al Sistema de Gestión de Salud y Seguridad en el Trabajo-SG-SST, entre las que se encuentran:

- Aplicación de la batería de riesgo psicosocial y actividades de intervención (como primeros auxilios psicológicos y profundización de entrevistas).
- Exámenes Ocupacionales a los colaboradores de Colombia que llevan más de 2 años en la Organización.
- Capacitaciones a los comités de COPASST, COMITE DE CONVIVENCIA LABORAL y BRIGADAS DE EMERGENCIA.
- Inspecciones de puesto de trabajo y locativas en Bogotá, oficinas regionales y las oficinas comerciales en el exterior que así lo han requerido.
- Suministro de sillas ergonómicas y elementos de confort sugeridos de las inspecciones de puesto trabajo.
- Pausas activas en las oficinas en Colombia.
- Participación en el Simulacro Distrital y en las diferentes capacitaciones del Comité de Emergencias de la Administración del edificio de Centro Comercio Internacional (CCI).
- Semana de la Salud y el Bienestar: se hicieron actividades donde participaron 357 colaboradores de ProColombia en Colombia y en el exterior. Se realizaron 5 charlas virtuales de salud mental, nutrición, recreación, salud financiera, cuidado de mascotas, salud física entre otras y se organizaron mesas de comida según cada HUB, se hizo senderismo, pausas activas, mercado campesino, toma de exámenes de visimetría y de riesgo cardiovascular, donación de sangre, feria de turismo, entre otros.

Sostenibilidad corporativa

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

- **ProActivos- Voluntariado Corporativo**

Durante 2025, ProActivos, el programa de voluntariado corporativo de ProColombia, reafirmó su compromiso con la generación de valor social, ambiental y comunitario, consolidándose como una plataforma de participación activa para los colaboradores. A través de sus dos líneas de acción —Mentores sin Fronteras y Manos a la Obra— el programa articuló conocimiento, tiempo y recursos al servicio de las comunidades. Mentores sin Fronteras se implementó mediante Aprende+, enfocado en el refuerzo académico de niños y niñas, y Emprende+, orientado al fortalecimiento de emprendimientos con enfoque social; mientras que Manos a la Obra concentró jornadas de intervención directa en territorio. En este marco, Manos a la Obra desarrolló 3 jornadas, con la participación de 41 voluntarios, beneficiando a 318 personas y sumando 259 horas de trabajo voluntario donadas.

Por su parte, Mentores sin Fronteras Aprende+ benefició a 250 niños y niñas en Bogotá, Tumaco y Cali, gracias al compromiso de 26 voluntarios que aportaron 361 horas de voluntariado. La combinación de una modalidad presencial en Bogotá e híbrida en Cali y Tumaco amplió el alcance territorial del programa, fortaleció la continuidad del acompañamiento educativo y evidenció el valor del voluntariado basado en conocimiento como una herramienta efectiva para cerrar brechas y generar oportunidades desde edades tempranas. En la línea de Mentores sin Fronteras Emprende+, se acompañaron 4 emprendimientos y, por primera vez, se entregaron COP\$2.000.000 en capital semilla, tras la presentación de sus elevator pitch ante un jurado conformado por la Universidad Externado de Colombia, el SENA y ProColombia. Adicionalmente, se realizó una feria comercial con la participación de 5 emprendimientos de la versión 2025 y anteriores, con ventas superiores a COP\$1.400.000, y se donaron 288 horas de voluntariado por 16 voluntarios ubicados en Bogotá, Cúcuta, Panamá, Toronto y Nueva York.

De manera complementaria, la iniciativa Dando una Mano permitió canalizar COP\$5.320.800 en donaciones a las fundaciones Global Humanitaria y Fundación BiblioSEO, beneficiando a 300 personas mediante obras de infraestructura comunitaria en Tumaco y la continuidad de la Biblioteca de la Creatividad en Ciudad Bolívar (Bogotá), además de la donación de más de 2.000 porciones de alimentos a la Fundación Laudes Infantis. Estas acciones reflejan el compromiso del programa con el fortalecimiento de capacidades locales y la mejora de condiciones de vida en territorios priorizados.

Finalmente, como parte de las iniciativas de recaudo que fortalecen la sostenibilidad de ProActivos, se desarrollaron tres actividades clave. El Closet Sale promovió un consumo más responsable y la extensión de la vida útil de las prendas, logrando un recaudo de COP\$2.866.500 para ProActivos y ventas totales por COP\$6.290.100. El Marketplace ProActivos amplió esta apuesta por la economía circular, recaudando COP\$3.279.000 y generando ventas por COP\$13.102.500, con la recirculación de 329 artículos en seis categorías y la recolección de 38 kg de textiles para reciclaje, en alianza con Beeunique. Por su parte, el Bingo Subasta consolidó el compromiso solidario de los colaboradores, alcanzando un recaudo de COP\$12.271.000 entre venta de boletas y subastas, recursos que permitirán financiar las actividades de voluntariado del 2026 y asegurar la continuidad y el crecimiento del impacto de ProActivos.

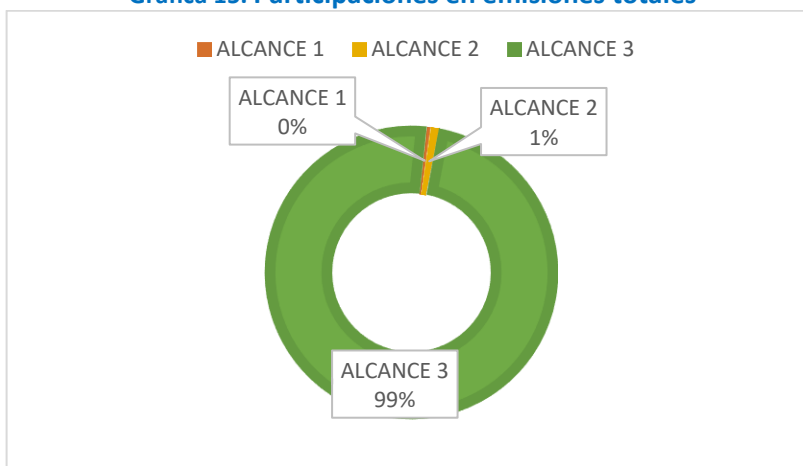
- Total de horas de voluntariado donadas: 908 horas
 - Total de voluntarios participantes: 83 voluntarios
 - Total de beneficiarios: 872 beneficiarios
 - Total de donaciones entregadas: COP\$7.320.800
 - Total de recaudo económico para ProActivos: COP\$18.416.500
- **VIVERDE: Programa de gestión ambiental**

Busca reducir el impacto ambiental de ProColombia a través de diversas iniciativas que promueven el uso eficiente de recursos naturales, una correcta disposición de residuos y la mitigación la huella ambiental. En 2025 se llevaron a cabo las siguientes acciones:

- **En el 2025 se llevó a cabo la medición de la huella carbono del año 2024**, en la cual ProColombia registró emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) por un total de 2.751 toneladas de CO₂e, concentrándose principalmente en el alcance 3, que representó el 98,7 % del total. Dentro de este alcance, la fuente de mayor significancia fue el transporte aéreo, con un 95,1 % de las emisiones, resultado coherente con la misionalidad de la entidad, en la que los viajes de negocios nacionales e

internacionales son una actividad recurrente; en segundo lugar, se ubicó la movilización de colaboradores entre casa y oficina, con una contribución del 4,4 %. En cuanto a los alcances 1 y 2, caracterizados por un bajo nivel de incertidumbre debido a la utilización de datos primarios, trazables y confiables, se evidenció que las emisiones directas del alcance 1 provienen exclusivamente de la flota vehicular propia, compuesta por cuatro camionetas, mientras que en el alcance 2 el mayor aporte corresponde al consumo energético de las oficinas del piso 36 del Edificio CCI, que concentran más del 50 % de las emisiones de este alcance, seguidas por las oficinas del piso 7 del Edificio Museo del Parque. Como parte de la estrategia de compensación, durante el período se adquirieron 439 créditos de carbono del proyecto Carbono Ganados y Bosques, destinados a compensar parcialmente la huella de carbono correspondiente al año 2023.

Gráfica 15. Participaciones en emisiones totales



Fuente: Elaboración Propia – ProColombia

- **Basura cero:** se logró la recolección de 4,14 toneladas de residuos aprovechables, los cuales fueron entregados a diferentes aliados con el fin de alargar su vida útil y evitar su disposición en rellenos sanitario. Esto se tradujo en 999,93 kilos de CO2 de emisiones evitadas. A continuación, se presenta la distribución por material:

Tabla 30. Distribución por material de residuos recolectados

Material	kg	Porcentaje
Residuos orgánicos	3333,1	80%
Plástico, metal y vidrio	623,27	15%
Cartón y archivo	185,58	5%
Total	4141,95	100%

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia

• Encuentro ProColombia Sostenible

El Encuentro de Desarrollo Sostenible 2025, realizado en alianza con La Nota Económica, se consolidó como un espacio dedicado a la construcción de conocimiento en torno a la sostenibilidad del país, con el objetivo de generar conciencia entre los diferentes grupos de interés sobre la importancia de incorporar prácticas sostenibles en los modelos de negocio y promover sinergias entre actores del sector público, privado, académico y social. En esta edición se alcanzaron los siguientes resultados:

- Se contó con la participación de 480 asistentes, de los cuales 215 participaron de manera presencial y 265 se conectaron a través de la transmisión virtual.
- Gracias a su modalidad híbrida, el Encuentro logró una cobertura desde 59 ciudades en 8 países, ampliando su alcance a nivel nacional e internacional.
- La agenda académica estuvo compuesta por 7 espacios de contenido, entre los que se incluyeron 2 conferencias, 1 conversatorio y 4 paneles, con la participación de 24 speakers nacionales e internacionales.
- El evento contó con el acompañamiento de 12 marcas aliadas y reunió a representantes de más de 30 sectores productivos, incluyendo agroindustria, sistema moda, industrias 4.0, químicos y ciencias de la vida, manufacturas, turismo, academia, organizaciones de la sociedad civil y sector gobierno.
- Por primera vez, el Encuentro alcanzó la carbono neutralidad¹¹, tras la medición y compensación de 1,2 tCO₂ generadas durante la realización del evento, reafirmando la coherencia del evento con su propósito ambiental y su enfoque en la gestión responsable de los recursos.
- Las temáticas abordadas durante el Encuentro incluyeron:
 - Transición energética y nueva era de la energía limpia.
 - Finanzas verdes y movilización de recursos para proyectos sostenibles.
 - Turismo sostenible como motor de desarrollo local y territorial.
 - Desafíos de los estándares y regulaciones internacionales para las empresas colombianas.
 - Inteligencia artificial al servicio de la sostenibilidad.
 - Economía circular y transformación de los modelos productivos.

Para revivir los momentos del Encuentro de Desarrollo Sostenible 2025, puede acceder a la grabación completa de las conferencias y paneles haciendo clic [aquí](#).

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

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

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

¹¹ Carbono Neutralidad es la condición en que las emisiones netas de Gases Efecto Invernadero (GEI) de una organización son iguales a cero, como resultado de acciones de reducción y/o compensación. Síntesis Técnica extraída de la Norma ISO 14068, el IPCC (Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático) y Greenhouse Gas Protocol.

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

- **Reutilización de material:** las estructuras, escenografía y otros elementos (como lamas, artesanías, caminos de mesa, paletas, pines, entre otros) se reutilizan en diversas actividades de promoción. Esto no solo reduce costos, sino que también disminuye la generación de residuos. Además, se emplea el sistema escenográfico Danés Substanz, que utiliza bloques reciclables ensamblados y requiere solo el cambio de gráfica, sin necesidad de producir nuevas estructuras para cada evento.
- **Disminución del plástico de un solo uso:** se implementan estrategias como la entrega de termos reutilizables para el consumo de bebidas, con el fin de reducir el uso de plásticos desechables.
- **Material ecológico:** se prioriza la compra de artículos elaborados con insumos biodegradables, como lapiceros de fibra de trigo y corcho, bolsas de fibras naturales, libretas de papel ecológico, entre otros.
- **Impacto social:** durante las actividades de promoción se generan alimentos sobrantes que por alguna razón no pudieron ser consumidos por los participantes, por lo tanto, se hace entrega de tales productos a fundaciones para su aprovechamiento. Por ejemplo, en la Macrorrueda Colombia El País de la Belleza en Cali 2025 se entregaron más de 300 productos alimenticios a fundaciones.
- **Digitalización de resultados comerciales:** a través del uso de plataformas digitales para medir los resultados comerciales, que consolidan la información proporcionada por los empresarios durante las actividades de promoción, como resultado de este proceso se evita el uso de papel y tinta.

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

- **Macrorrueda Colombia Travel Mart y Rueda de Encadenamiento CTM 2025:** reutilización y mantenimiento de piezas escenográficas, material promocional fabricado con fibras naturales y supervisión de la gestión de desechos mediante un proveedor especializado en el manejo de residuos. En total se dispusieron 332kg de residuos orgánicos para compostaje, evitando que llegaran al relleno sanitario.
- **Macrorrueda Colombia El País de la Belleza en Cali:** se reutilizaron piezas escenográficas y material promocional realizado con fibras naturales. De igual manera, se donaron 54 kg de alimentos y 3.156 paletas de agua al Banco de Alimentos de Cali, contribuyendo a la reducción del desperdicio de alimentos.
- **Colombia Startup Week 2025:** reutilización de piezas escenográficas.
- **Macrorrueda Colombia Nature Travel Mart 2025:** Reutilización de piezas escenográficas, material promocional ecológico y entrega de termos para incentivar la reducción del consumo de plásticos de un solo uso. Asimismo, se realizó la donación de 20,1 kg de alimentos al Banco de Alimentos de Cali, para evitar su desperdicio.
- **Macrorrueda Colombia El País de la Belleza Bioexpo 2025:** reutilización de piezas escenográficas.

- **Macrorrueda Colombia El País de la Belleza en Osaka:** El salón donde se realizó el salón contaba con la infraestructura para la correcta separación de los residuos. Asimismo, se reutilizó material publicitario como paletas, botones, lamas, libretas, entre otros.
- **Rueda de Negocios Encuentro Empresarial Andino 2025:** reutilización de piezas escenográficas, y donación de 111 porciones de alimentos a la clínica Imat Oncomedica Auna, contribuyendo al bienestar de pacientes, familiares y personal asistencial.

Transformación digital

Alineado con lo establecido en el Plan Estratégico de Tecnología de la Información – PETI, se han movilizado actividades enfocadas en los siguientes cuatro frentes:

- **Contribución al desarrollo tecnológico de la organización**

Con la implementación del comité de gobierno de datos, la Organización se fortalece hacia una cultura donde los datos se convierten en un activo importante para apoyar la toma de decisiones y tener equipos más concentrados en el análisis, la planeación y la estrategia. Adicionalmente, se habilitaron herramientas para el manejo y gestión de activos de datos de relevancia para la organización, facilitando el acceso a información de calidad.

A través de espacios como los comités y los Cafés Gobierno, los diferentes equipos de ProColombia aportan, preguntan y construyen. Su participación es esencial para fortalecer este modelo que pertenece a toda la organización, teniendo en cuenta que El Gobierno de Datos es un proceso vivo.

De acuerdo con las necesidades de la entidad se realizaron actualizaciones, mantenimiento y mejoras sobre los diferentes sistemas, entre ellos: la plataforma para la gestión de contratos y facturas - gestor Pro (Bonitasoft) y la actualización de la versión del sistema usado para monitoreo de la disponibilidad de la infraestructura de la entidad (Zabbix).

- **Garantizar la disponibilidad de servicios**

Se realizó la adquisición y renovación del equipo encargado de almacenar la información de trabajo de los funcionarios de la entidad (Renovación NAS) con el fin de garantizar la disponibilidad y respaldo de los datos de la organización.

Asimismo, se contó con la modernización de las comunicaciones internas mediante la migración a la nube del servicio de telefonía de algunas Oficinas a Microsoft Teams. Este cambio permitió además de fortalecer el uso de las herramientas existentes como parte del licenciamiento Microsoft, disminuir costos operativos por actualizaciones y administración de la plataforma, contribuyendo a la mejora continua.

- **Potenciar las capacidades tecnológicas**

Internamente y con el apoyo de los proveedores de servicio se ejecutaron los planes de optimización de las herramientas misionales y de gestión administrativa. Algunas de las mejoras realizadas son: la renovación de la plataforma de nube privada Alibaba y la unificación de las herramientas usadas para la gestión de la

demanda de incidentes o requerimientos relacionados con la infraestructura o servicios de la entidad, todo enfocado en facilitar la experiencia del usuario al solicitar los servicios de soporte.

Adicionalmente, con el fin de mantener actualizados los conocimientos en las diferentes herramientas, se realizaron jornadas de capacitación a los funcionarios de la organización para 9 aplicaciones corporativas.

Retroalimentación de la gestión de ProColombia

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

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

Para el 2025 se tuvo los siguientes resultados:

Tabla 31. Distribución por tipo de caso

TOTAL CASOS	
Queja	1
Reclamo	6
Felicitación	28
Sugerencias	5
Derechos de petición	70
Total	110

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia

Para el 2025 se mantiene la tendencia de casos de “Felicitación” que se reciben, ya que superan por amplio margen el total de casos catalogados como “Quejas” o “Reclamos”, también se puede mencionar que los tiempos de respuesta promedio para la atención de estos casos cumplen con los lineamientos definidos tanto por ProColombia como los de la ley aplicable, permitiendo así el cumplimiento de la meta definida de 15 días hábiles para la atención de estas situaciones desde el momento de recepción hasta su respuesta.

Tabla 32. Promedio de tiempos según el tipo de caso recibido

	Días acuso	Días respuesta	Días cierre
Queja	1	9	5
Reclamo	2	10	4
Promedio Total	2	10	4

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia

Tabla 33. Derechos de petición

	Cantidad
Solicitudes trasladadas a otra entidad	10
Días de respuesta	15
Solicitudes en las que se negó acceso a la información	0

Fuente: Cálculos Propios – ProColombia



ÍNDICE DE CUMPLIMIENTO GRI



Índice de cumplimiento GRI

Tabla 34. GRI y su ubicación en el Informe

GRI	Descripción	Ubicación en el informe	Omisión
Contenidos Generales			
GRI 2-1	Detalles organizacionales	Pág. 10 Acerca de ProColombia	
GRI 2-2	Entidades / áreas incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	Pág. 12 Estructura organizacional	
GRI 2-3	Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	Pág. 4 Introducción	
GRI 2-4	Actualización de la información	Pág. 4 Introducción	
GRI 2-5	Verificación externa		No se ha solicitado verificación externa del presente informe
GRI 2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	Pág. 23 Contexto Macroeconómico Pág. 24 Contexto ambiental y social Pág. 114 Sostenibilidad como parte de la cadena de valor	
GRI 2-7	Empleados	Pág. 99 Nuestro Talento	
GRI 2-8	Trabajadores que no son empleados	Pág. 99 Nuestro Talento	
GRI 2-9	Estructura de gobernanza y composición	Pág. 13 Gobierno corporativo	
GRI 2-10	Designación y selección del máximo órgano de gobierno	Pág. 13 Gobierno corporativo	
GRI 2-11	Presidente del máximo órgano de gobierno	Pág. 13 Instancias de toma de decisiones	
GRI 2-12	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	Pág. 13 Instancias de toma de decisiones Pág. 13 Mecanismos de transparencia	
GRI 2-13	Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	Pág. 13 Mecanismos de transparencia	
GRI 2-14	Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	Pág. 13 Instancias de toma de decisiones	
GRI 2-15	Conflictos de interés	Pág. 13 Mecanismos de transparencia	
GRI 2-16	Comunicación de inquietudes críticas	Pág. 116 Retroalimentación de la gestión de ProColombia	

GRI	Descripción	Ubicación en el informe	Omisión
GRI 2-17	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno		No aplica
GRI 2-18	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno		Información confidencial con ánimo de salvaguardar la integridad de los miembros de la Junta Asesora
GRI 2-19	Políticas de remuneración		Información confidencial con ánimo de salvaguardar la integridad de los miembros de la Junta Asesora
GRI 2-20	Proceso para determinar la remuneración		Información confidencial con ánimo de salvaguardar la integridad de los miembros de la Junta Asesora
GRI 2-21	Ratio de compensación total anual		Información confidencial con ánimo de salvaguardar la integridad de los miembros de la Junta Asesora
GRI 2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	<p>Pág. 20 La Sostenibilidad es nuestro modelo</p> <p>Pág. 33 Acciones para el posicionamiento de la Marca País</p> <p>Pág. 34 Alineación de la Marca País con los Objetivos de Desarrollo Sostenible</p> <p>Pág. 36 Inversión extranjera directa para el desarrollo sostenible y la transición energética</p> <p>Pág. 45 Alineación de la estrategia de inversión con los Objetivos de Desarrollo Sostenible</p> <p>Pág. 48 Promoción de Exportaciones No Minero Energéticas - Internacionalización de los Territorios por una Cultura Productiva y Exportadora</p> <p>Pág. 67 Alineación de la estrategia de exportaciones con los Objetivos de Desarrollo Sostenible</p> <p>Pág. 70</p>	

GRI	Descripción	Ubicación en el informe	Omisión
		Turismo Sostenible e incluyente - Internacionalización y Economía para la vida Pág. 82 Alineación de la estrategia de turismo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible Pág. 110 Sostenibilidad Corporativa	
GRI 2-23	Compromisos y políticas	Pág. 17 Mecanismos de transparencia	
GRI 2-24	Incorporación de los compromisos y políticas	Pág. 17 Mecanismos de transparencia	
GRI 2-25	Procesos para remediar los impactos negativos	Pág. 17 Mecanismos de transparencia	
GRI 2-26	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	Pág. 116 Retroalimentación de la gestión de ProColombia	
GRI 2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas	Pág. 17 Mecanismos de transparencia	
GRI 2-28	Afiliación a asociaciones	Pág. 85 Iniciativas de Integración con otros países Pag.87 Cooperación internacional y nacional	
GRI 2-29	Enfoque para la participación de los grupos de interés	Pág. 26 Grupos de interés	
GRI 2-30	Convenios de negociación colectiva		ProColombia no cuenta con ningún convenio de negociación colectiva
GRI 3	Determinar los temas materiales	Pág. 21 Asuntos materiales de ProColombia	
GRI 3-1	Proceso para determinar los temas materiales	Pág. 21 Asuntos materiales de ProColombia	
GRI 3-2	Lista de temas materiales	Pág. 21 Asuntos materiales de ProColombia	
GRI 3-3	Gestión de temas materiales	Pág. 21 Asuntos materiales de ProColombia	
Contenidos Económicos			
GRI 201	Desempeño económico	Pág. 36 Inversión extranjera directa para el desarrollo sostenible y la transición energética Pág. 48 Promoción de Exportaciones No Minero Energéticas - Internacionalización de los Territorios por una Cultura Productiva y Exportadora	

GRI	Descripción	Ubicación en el informe	Omisión
		Pág. 70 Turismo Sostenible e incluyente - Internacionalización y Economía para la vida	
GRI 202	Presencia en el mercado	Pág. 36 Inversión extranjera directa para el desarrollo sostenible y la transición energética Pág. 48 Promoción de Exportaciones No Minero Energéticas - Internacionalización de los Territorios por una Cultura Productiva y Exportadora Pág. 70 Turismo Sostenible e incluyente - Internacionalización y Economía para la vida	
GRI 203	Impactos económicos indirectos	Pág. 36 Inversión extranjera directa para el desarrollo sostenible y la transición energética Pág. 48 Promoción de Exportaciones No Minero Energéticas - Internacionalización de los Territorios por una Cultura Productiva y Exportadora Pág. 70 Turismo Sostenible e incluyente - Internacionalización y Economía para la vida	
GRI 203-1	Inversiones en infraestructura y servicios apoyados	Pág. 36 Inversión extranjera directa para el desarrollo sostenible y la transición energética	
GRI 203-2	Impactos económicos indirectos significativos	Pág. 8 Logros 2025 Pág. 20 La Sostenibilidad es nuestro modelo Pág. 28 Contexto Macroeconómico	
GRI 204	Prácticas de abastecimiento	Pág. 114 Sostenibilidad como parte de la cadena de valor	
GRI 204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	Pág. 114 Sostenibilidad como parte de la cadena de valor	
GRI 205	Anticorrupción	Pág. 16 Gobierno Corporativo	
GRI 205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	Pág. 16 Gobierno Corporativo	

GRI	Descripción	Ubicación en el informe	Omisión
GRI 205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Pág. 16 Gobierno Corporativo	
GRI 205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	Pág. 16 Gobierno Corporativo	
GRI 207	Fiscalidad	Pág. 16 Gobierno Corporativo	
Contenidos Ambientales			
GRI 301	Materiales	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental Pág. 114 Sostenibilidad como parte de la cadena de valor	
GRI 301-1	Materiales usados por peso o volumen	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental Pág. 114 Sostenibilidad como parte de la cadena de valor	
GRI 301-2	Insumos reciclados	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental Pág. 114 Sostenibilidad como parte de la cadena de valor	
GRI 301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental Pág. 114 Sostenibilidad como parte de la cadena de valor	
GRI 302	Energía	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 302 -2	Consumo de energía fuera de la organización	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 302-3	Intensidad energética	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 302-4	Reducción del consumo energético	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 302-5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 303	Agua y afluentes		No aplica
GRI 303-1	Interacción con el agua como recurso compartido		No aplica

GRI	Descripción	Ubicación en el informe	Omisión
GRI 303-2	Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua		No aplica
GRI 303-3	Extracción de agua		No aplica
GRI 303-4	Vertidos de agua		No aplica
GRI 303-5	Consumo de agua		
GRI 304	Biodiversidad		No aplica
GRI 304-1	Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas		No aplica
GRI 304-2	Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 304-3	Hábitats protegidos o restaurados	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 304-4	Especies que aparecen en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones		No aplica
GRI 305	Emisiones	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 305-1	Alcance 1 – Emisiones directas de GEI	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 305-2	Alcance 2 – Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 305-3	Alcance 3 – Emisiones indirectas de GEI	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GR 305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 305-5	Reducción de las emisiones de GEI	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)		No aplica
GRI 305-7	Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire		No aplica
GRI 306	Residuos	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	

GRI	Descripción	Ubicación en el informe	Omisión
GR 306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 306-3	Residuos generados	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 306-4	Residuos no destinados a eliminación	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 306-5	Residuos destinados a eliminación	Pág. 111 VIVERDE: Programa de gestión ambiental	
GRI 308	Evaluación ambiental de proveedores	Pág. 114 Sostenibilidad como parte de la cadena de valor	
Contenidos Sociales			
GRI 401	Empleo	Pág. 100 Fortalecimiento Institucional	
GRI 401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	Pág. 103 Atracción del talento Pág. 104 Rotación	
GRI 401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a empleados a tiempo parcial o temporales	Pág. 107 Bienestar y ambiente laboral	
GRI 401-3	Permiso parental	Pág. 109 Seguridad y Salud en el Trabajo	
GRI 402	Relaciones trabajador - empresa	Pág. 100 Fortalecimiento Institucional	
GRI 403	Salud y seguridad en el trabajo	Pág. 109 Seguridad y Salud en el Trabajo	
GRI 403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Pág. 109 Seguridad y Salud en el Trabajo	
GRI 403-2	Identificación de peligros, evaluaciones de riesgos e investigación de incidentes	Pág. 109 Seguridad y Salud en el Trabajo	
GRI 403-3	Servicios de salud en el trabajo	Pág. 109 Seguridad y Salud en el Trabajo	
GRI 403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre SST	Pág. 109 Seguridad y Salud en el Trabajo	
GRI 403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	Pág. 109 Seguridad y Salud en el Trabajo	
GRI 403-6	Promoción de la salud de los trabajadores	Pág. 109 Seguridad y Salud en el Trabajo	
GRI 403-7	Prevención y mitigación de los impactos para SST directamente vinculados a través de las relaciones comerciales	Pág. 109 Seguridad y Salud en el Trabajo	
GRI 403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Pág. 109 Seguridad y Salud en el Trabajo	
GRI 403-9	Lesiones por accidente laboral	Pág. 109 Seguridad y Salud en el Trabajo	

GRI	Descripción	Ubicación en el informe	Omisión
GRI 403-10	Las dolencias y enfermedades laborales	Pág. 109 Seguridad y Salud en el Trabajo	
GRI 404	Formación y educación	Pág. 106 Formación y desarrollo	
GRI 404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado	Pág. 106 Formación y desarrollo	
GRI 404-2	Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	Pág. 105 Gestión del desempeño Pág. 107 Bienestar y ambiente laboral	
GRI 404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera	Pág. 105 Gestión del desempeño	
GRI 405	Diversidad e igualdad de oportunidades	Pág. 24 Nuestro compromiso con los Derechos Humanos, la Diversidad, Equidad e Inclusión	
GRI 405-1	Diversidad de órganos de gobierno y empleados	Pág. 24 Nuestro compromiso con los Derechos Humanos, la Diversidad, Equidad e Inclusión Pág. 100 Nuestro Talento	
GRI 406	No discriminación	Pág. 24 Nuestro compromiso con los Derechos Humanos, la Diversidad, Equidad e Inclusión	
GRI 406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Pág. 24 Nuestro compromiso con los Derechos Humanos, la Diversidad, Equidad e Inclusión	
GRI 408	Trabajo infantil	Pág. 114 Sostenibilidad como parte de la cadena de valor	
GRI 409	Trabajo forzoso u obligatorio	Pág. 114 Sostenibilidad como parte de la cadena de valor	
GRI 410	Prácticas en materia de seguridad	Pág. 24 Nuestro compromiso con los Derechos Humanos, la Diversidad, Equidad e Inclusión	
GRI 411	Derechos de los pueblos indígenas	Pág. 24 Nuestro compromiso con los Derechos Humanos, la Diversidad, Equidad e Inclusión	
GRI 413	Comunidades locales	Pág. 110 ProActivos - Voluntariado Corporativo	
GRI 414	Evaluación social de los proveedores	Pág. 114 Sostenibilidad como parte de la cadena de valor	
GRI 415	Política pública	Pág. 8 Logros 2024	

GRI	Descripción	Ubicación en el informe	Omisión
GRI 416	Salud y seguridad de los clientes	Pág. 17 Mecanismos de transparencia Pág. 18 Gestión de Riesgos	
GRI 417	Marketing y etiquetado	Pág. 97 Comunicaciones	
GRI 418	Privacidad del cliente	Pág. 17 Mecanismos de transparencia	

Fuente: Elaboración Propia – ProColombia



COLOMBIA 
EL PAÍS DE LA BELLEZA