



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

INFORME DE GESTIÓN

2022

EJECUTADO POR:





CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
LOGROS 2022	2
<i>Inversión Extranjera Directa:</i>	3
<i>En Economía Naranja:</i>	4
<i>En exportaciones:</i>	5
<i>En Turismo:</i>	6
NUESTRO OBJETIVO	7
<i>Misión</i>	7
<i>Visión</i>	7
<i>Valores y competencias</i>	7
<i>Sistema de Gestión de Calidad</i>	8
<i>Nuestras Políticas:</i>	8
<i>Gestión sostenible:</i>	8
<i>Grupos de interés</i>	11
CONTEXTO MACROECONÓMICO	13
ATRACCIÓN DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA (IED) NO MINERA AL PAÍS	17
<i>Principales actividades de promoción de inversión</i>	17
<i>Estrategia de promoción para atracción de Inversión sostenible</i>	18
<i>Trabajo articulado con las regiones</i>	20
<i>Resultados IED obtenidos en el 2022</i>	24
NUEVAS FUENTES DE CRECIMIENTO - ECONOMÍA NARANJA	26
NUEVAS FUENTES DE CRECIMIENTO - EXPANDIR Y DIVERSIFICAR LA OFERTA EXPORTADORA A PARTIR DEL APROVECHAMIENTO DE LAS VENTAJAS COMPETITIVAS REGIONALES Y ACUERDOS COMERCIALES VIGENTES.	30
<i>Motivación Exportadora</i>	34
<i>Capacitación</i>	34
<i>Adecuación de oferta exportable</i>	35
<i>Fábricas de Internacionalización</i>	35
<i>Actividades comerciales y de promoción</i>	36
<i>Herramientas digitales y otras iniciativas</i>	38
<i>Resultados exportaciones obtenidos en el 2022</i>	40
<i>Casos de éxito de nuevos productos en mercados</i>	41
NUEVAS FUENTES DE CRECIMIENTO - TURISMO INTERNACIONAL	43
<i>Principales Actividades de Promoción</i>	43
<i>Premios de Turismo de Colombia CO:</i>	46



<i>Posicionamiento de Colombia como un destino sostenible y de alta calidad</i>	47
<i>Impulsar el desarrollo territorial mediante la conectividad:</i>	51
<i>Posicionar al país como líder en el desarrollo de eventos en Latinoamérica.</i>	53
<i>Formación, Preparación, Adecuación y Generación Productos y Experiencias:</i>	54
<i>Narrativas Regionales de Turismo:</i>	56
<i>Resultados Turismo obtenidos en el 2022</i>	57
<i>Reconocimientos</i>	58
ESTRATEGIAS TRANSVERSALES DE LA ORGANIZACIÓN	62
<i>Focalización en sectores y en mercados</i>	62
<i>Generación de información comercial</i>	63
<i>Acompañamiento en logística internacional</i>	65
<i>Transformación digital y analítica</i>	66
OTROS TEMAS:	68
<i>Comunicaciones</i>	68
<i>Cooperación Internacional y Nacional</i>	68
<i>Alianzas</i>	71
FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL	74
<i>Recursos Humanos</i>	74
<i>Beneficios</i>	77
<i>Direccionamiento estratégico</i>	78
<i>Innovación y gestión del conocimiento</i>	79
PLAN DE TRABAJO 2023	81



INTRODUCCIÓN

Este informe de gestión muestra lo ejecutado bajo los lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2018 – 2022 Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad, así como lo definido en el Plan Estratégico Sectorial en especial en los siguientes ejes del PES: (i) Entorno Competitivo, (ii) Productividad e Innovación, (iii) Inversión, (iv) Emprendimiento y Formalización, (v) Nuevas Fuentes de Crecimiento y (vi) Fortalecimiento Institucional. Así mismo se enuncian resultados bajo los lineamientos del Gobierno del Presidente Petro y las políticas definidas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el entorno nacional y extranjero

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



LOGROS 2022

En 2022, ProColombia continuó con su acompañamiento a los empresarios de manera virtual y presencial en Colombia y el exterior, en materia de atracción de inversión extranjera directa, el aumento de las exportaciones no minero energéticas y posicionando cada vez más a Colombia como ese destino ideal en la región para el turismo vacacional y de reuniones. Se destacan los siguientes logros:



Inversión Extranjera Directa:

- En 2022, ProColombia recibió de los empresarios acompañados, información del inicio de 201 proyectos de inversión por un valor estimado por ellos de US\$9.657 millones que serán desarrollados en tres años en promedio. La inversión proviene de 38 países y de acuerdo con las mismas proyecciones de los inversionistas esperan generar por lo menos 84.900 empleos directos e indirectos en el país.
- Los proyectos de inversión extranjera se han iniciado en 56 municipios de 20 departamentos. 5 de los proyectos se desarrollaran en 4 municipios PDET: Piendamó (Cauca), La Jagua de Ibirico(Cesar), Santa Marta(Magdalena) y Sardinata (Norte de Santander).
- 12 de los proyectos iniciados contribuirán a la transición energética. Esperan realizar una inversión en tres años, estimada en US\$1.013 millones y generar más de 4.900 empleos directos e indirectos.
- Se inicia un megaproyecto, por parte de un fondo de inversión Brasileiro que invertirá un estimado de US\$1.027 millones.
- 42 empresas ancla o compañías referentes y reconocidas internacionalmente informaron el inicio de 45 proyectos que se realizarán en promedio en los próximos tres años por un valor estimado en US\$3.858 millones en el país.
- En cuanto a la estrategia de Colombia como plataforma exportadora, se han identificado 204 oportunidades y los inversionistas han informado el inicio de 44 proyectos para ser desarrollados en dos años en promedio y con los cuales esperan generar US\$ 872 millones una vez termine la inversión.



En Economía Naranja:

- Los empresarios en Colombia y en el exterior informaron los siguientes resultados logrados por el acompañamiento de ProColombia.
- 350 empresarios que realizan de actividades de economía naranja reportaron haber realizado negocios de exportaciones por US\$516 millones con compradores de 46 países. Las empresas están ubicadas en 14 departamentos
- Fueron iniciados 11 proyectos de inversión extranjera directa en actividades de economía naranja. Los inversionistas estiman que el desarrollo de los proyectos tendrá un valor de US\$354 millones.



En exportaciones:

- 3.070 empresas de 23 departamentos informaron haber realizado negocios de exportación por un valor de US\$6.732 millones con 7.904 compradores internacionales de bienes y servicios de 142 países, gracias al acompañamiento de Procolombia. De esos, 430 empresarios son de sectores de servicios basados en conocimiento, los cuales reportaron negocios por US\$1.084 millones
- En comercio electrónico: Desde el 2019, año en que se lanzó el programa Colombia a un clic, 731 empresas han abierto cuentas en 90 plataformas de e-commerce y 324 empresas han reportado haber realizado ventas por US\$34,4 millones a través de este canal.
- En Compras públicas directas e indirectas, las empresas de ingeniería y servicios de construcción informaron haber realizado negocios por US\$102,0 millones y empresas de otros bienes y servicios lo hicieron por US\$12,0 millones
- En el Programa Fábricas de Internacionalización, 686 empresas de 23 departamentos han recibido al menos un servicio, desde su lanzamiento. Durante el 2022, 148 empresas que están en el programa informaron haber realizado negocios de exportación por US\$102,9 millones con compradores de 54 mercados.
- La macrorrueda 90, luego de dos años de haberse hecho la macrorrueda de manera virtual, fue realizada en las ciudades de Medellín y Cali donde se distribuyeron las empresas participantes de diferentes sectores jornadas durante las cuales tuvieron citas de negocios más de 1.500 empresas de 22 departamentos de Colombia con 730 compradores de 52 países. Los compradores informaron haber realizado compras inmediatas por US\$38 millones, 14% más que durante la última Macrorrueda presencial en 2019 y manifestaron intenciones de compras a un año por US\$434 millones.



En Turismo:

- En cuanto a conectividad aérea: en el 2022, se tiene una recuperación del 112% de la capacidad semanal en sillas que tenía el país en febrero 2020 antes de la pandemia. En diciembre se contaba con 1.317 frecuencias semanales con una oferta total 234.928 sillas, con 106 rutas directas conectando con 26 países.
- Como resultado del trabajo conjunto con diferentes entidades públicas, aeropuertos y destinos, 33 nuevas rutas internacionales iniciaron operación, lo que contribuye a impulsar el desarrollo territorial por medio de la conectividad aérea.
- De acuerdo con las cifras de migración Colombia, a noviembre 2022, 4.011.069 de visitantes no residentes llegaron al país, lo que representa un crecimiento del 129% versus el año anterior y una recuperación del 109% de la cifra de visitantes registrados entre enero y noviembre de 2019 (el mejor año de llegada de visitantes no residentes al país).
- A noviembre se ha recibido la llegada de 24 líneas de cruceros con 112.671 pasajeros lo que equivale a un crecimiento del más del 400% comparado con el año anterior. Se destaca la diversificación y llegada de cruceristas hacia otros puertos, especialmente los del Pacífico colombiano: Bahía Solano y Gorgona.
- Más de 12.000 personas de los 32 departamentos (1.744 participantes localizados en 49 municipios PDET) participaron en los programas de formación de turismo, contribuyendo al fortalecimiento de las capacidades del sector turístico.
- Se realizó la cuarta edición de los Premios de Turismo Colombia CO para reconocer a empresarios, periodistas e instituciones que contribuyen en la construcción de un turismo de paz con sostenibilidad, innovación e inclusión.
- Se lanzó el Manual Ilustrado para Guías de Turismo del río Magdalena: COnvivir, COnocer, COnservar.
- En turismo de reuniones, los empresarios informaron a ProColombia, haber captado 348 eventos (de congresos, convenciones, incentivos y eventos) en 33 países en los que se espera la participación de extranjeros, y que serán desarrollados en 12 departamentos de Colombia entre 2022 y 2027.



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 y competencias

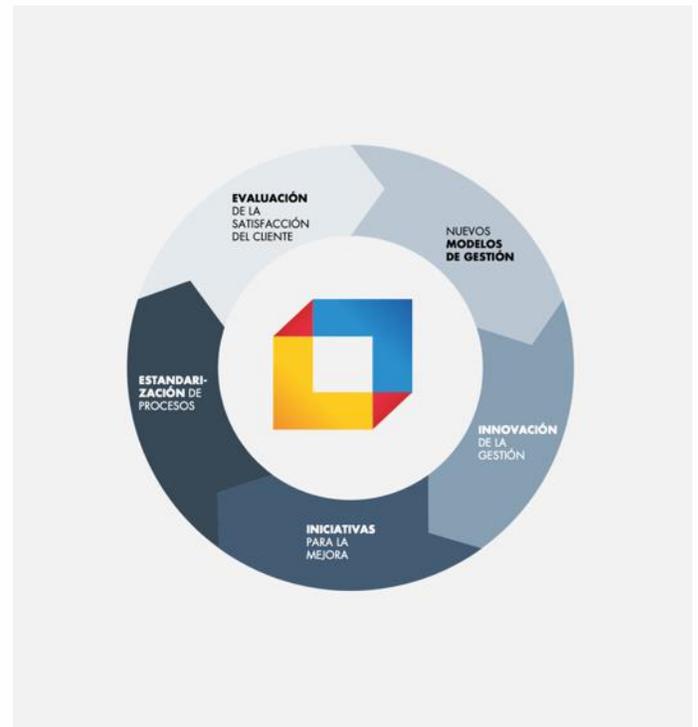
Los valores de ProColombia son aquellos que promueve su filosofía y cultura; a través de éstos, se pretende preservar la esencia y comportamientos propios de la organización y todo el equipo que hace parte de ella. Los valores listados a continuación son el resultado del compromiso y visión de la organización. En el 2022 se reestructuraron las competencias organizaciones para ProColombia logrando así mayor acercamiento, alienación y articulación con la estrategia organizacional. Actualmente ProColombia cuenta con 5 competencias: Innovamos para

transformar, inspiramos para liderar, nos comprometemos con nuestros clientes, empresarios y mercado, trabajando juntos generamos valor exponencial y somos digitales. Por medio del proceso para la gestión de desempeño, se realiza acompañamiento a los equipos con el fin de desarrollar y fortalecer estas competencias en aras de contribuir a los resultados del negocio.

Sistema de Gestión de Calidad

El Sistema de Gestión de Calidad es la herramienta estratégica con la que cuenta ProColombia y mediante la cual se estandarizan los procesos, se definen nuevos lineamientos, se generan mejoras y se establecen los mecanismos necesarios para ofrecer servicios que cumplan con las necesidades de los empresarios en Colombia y exterior, así como articular acciones con los diferentes grupos de interés. Este sistema hace parte integral de la estrategia de la organización y se estructura bajo cinco pilares:

El compromiso de la organización con la calidad se refleja en la ratificación del Certificado de Calidad de acuerdo con la Norma ISO 9001:2015, con cero No Conformidades por noveno año consecutivo. El sistema cuenta con la aplicación de la metodología de riesgos acorde con la norma ISO 31000 y de acuerdo con el core de negocios, logrando establecer criterios objetivos y permitiendo a la organización establecer riesgos estratégicos.



Nuestras Políticas:

1. Política de Calidad: para 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, la expansión de empresas colombianas en el exterior, el turismo internacional, la inversión extranjera directa y la marca país.
2. 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.

Gestión sostenible:

ProColombia cuenta con un modelo de sostenibilidad, como herramienta estratégica



transversal, útil para al cumplimiento de los objetivos misionales y a la vez permite mantener la coherencia entre lo que se promueve y lo que se practica, de acuerdo con la siguiente figura:



El modelo de sostenibilidad de ProColombia tiene dos compromisos declarados en su política. Los avances en materia de sostenibilidad durante el 2022 fueron, entre otros, los siguientes:

1. Compromiso Misional:

Por medio del cual se fomenta la sostenibilidad como atributo de competitividad para la gestión de promoción de Exportaciones no minero-energéticas, la Inversión Extranjera Directa, el Turismo Internacional y la Marca País, para ello durante 2022 se avanzó en el desarrollo de estrategias de cara a los empresarios que permitieron avanzar en los siguientes temas:

- Inclusión de temáticas de sostenibilidad como parte de las actividades de promoción.
- En 2022 ProColombia hizo parte de importantes iniciativas que permiten movilizar capital a alta escala para combatir el cambio climático y apoyar el desarrollo de proyectos que incluyen criterios ASG.
- Se avanzó a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en la construcción de la estrategia de atracción de inversión sostenible y en bioeconomía hacia Colombia con resultados tangibles a través de un análisis de benchmark, segmentación especializada de al menos 350 nuevas empresas y la identificación de 60 nuevos leads de inversión.



- Generación de espacios de formación y transferencia de conocimiento a empresarios y aliados sobre temas enfocados al desarrollo de negocios sostenibles.
- Desarrollo de acciones con aliados y cooperantes enfocadas en la implementación de prácticas sostenibles con el propósito fortalecer el tejido empresarial para la promoción de Colombia como destino de turismo y negocios.
- Implementación de programas para aprovechar las oportunidades comerciales del segmento de equidad de género, acorde con las exigencias mundiales y las directrices gubernamentales.

2. Compromiso Interno:

En el cual ProColombia se compromete a ser una organización internamente sostenible, aplicando la sostenibilidad en nuestros procesos y siendo coherentes con las prácticas promovidas en los ejes misionales, en ese sentido presentamos las acciones y resultados más destacados en 2022:

- Gestión ambiental:
 - i. Desafío Tribu ProColombia: Es un concurso que se realiza entre los colaboradores que busca generar mayor conciencia ambiental a través de una plataforma de educación, retos colaborativos y jornadas de voluntariado en alianza con WWF y Amazoniko. Este programa contó con la participación de 86 personas y 17 equipos de diferentes ciudades a nivel mundial, en el cual se logró: Incorporar buenas prácticas de ahorro de agua, 529,5 kg de residuos recolectados para reciclar, 243 viajes a través de vehículos de movilidad sostenible y una jornada de limpieza con 15 voluntarios.
 - ii. Reciclaje de la oficina en Bogotá: Gracias a la gestión de recolección de residuos aprovechables en la oficina de Bogotá se logró reciclar 336.316 Kg de papel, cartón y tetrapack, 573.211 Kg de plástico, metal y vidrio.

- Voluntariado corporativo - ProActivos:

Programa que busca generar impacto positivo a la sociedad, a través del trabajo voluntario de los colaboradores en conjunto con fundaciones. En 2022 se logró beneficiar 393 niñas, niños y jóvenes emprendedores, 104 voluntarios, 1.236 horas donadas en alianza con 5 fundaciones.

- Cultura sostenible:

Es una estrategia que busca divulgar la gestión sostenible de ProColombia ante los grupos de interés, mediante la comunicación de buenas prácticas, casos de éxito y contenido de interés en el ámbito social, económico y ambiental, para lo cual se desarrollaron las siguientes acciones:

- Informe de sostenibilidad: Es el documento que refleja la gestión sostenible de



ProColombia, el cual se realiza acorde con los estándares GRI y es publicado cada dos años en el siguiente link: <https://rse.procolombia.co/es/cultura-nuestros-informes>

- Semana de la sostenibilidad: Espacio de formación y divulgación para generar conciencia sobre la importancia de la sostenibilidad en la labor de ProColombia tanto en el ámbito interno, como en su gestión misional, mediante el desarrollo de una serie de actividades dirigidas a colaboradores y empresarios. En 2022, se logró llevar a cabo 9 actividades en 7 días, de las cuales 5 fueron espacios dirigidos al público externo y 4 exclusivamente a los colaboradores, se contó con 22 expertos conferencistas y 380 asistentes en total de 17 países.

- Compras sostenibles:

ProColombia cuenta con requerimientos de sostenibilidad en los términos de referencia para proveedores estratégicos, además de cláusulas contractuales que exigen la aplicación de prácticas sostenibles. Durante 2022 se continuó el trabajo articulado con proveedores para utilizar insumos ecológicos en el material promocional entregado en las actividades de promoción, así como la aplicación de prácticas de reciclaje o reutilización de material. Adicionalmente, se incluyó a uno de los proveedores dentro del Programa de Primeros Pasos en RSE de la Universidad Externado de Colombia con el propósito de robustecer su estrategia de sostenibilidad.

- Prácticas laborales:

El talento humano de ProColombia es uno de factores más importantes para la organización, el cual contribuye a la estrategia de sostenibilidad interna, es por esa razón que cuenta con programas de bienestar, crecimiento, formación y ambiente laboral que permiten que la experiencia al interior de ProColombia sea satisfactoria.

Grupos de interés

Somos aliados de diferentes actores para el cumplimiento de objetivos comunes, con quienes compartimos intereses estratégicos. Nuestros grupos de interés se clasifican de acuerdo con el tipo de trabajo que se realiza conjuntamente, entendiendo que para cada uno existen diferentes mecanismos de diálogo de acuerdo con sus necesidades y expectativas.



GRUPOS DE INTERÉS MISIONALES

GRUPOS DE INTERÉS TRANSVERSALES

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



CONTEXTO MACROECONÓMICO

En 2021, la economía colombiana creció 10,6% en comparación a 2020, la cifra más alta de la historia del país. Aunque hubo un efecto rebote, luego de la contracción histórica que se vivió en 2020 por la pandemia (-7,0%), se destaca que la economía colombiana también se expandió frente a lo registrado en 2019 (previo a la pandemia), con un crecimiento de 2,8%.

De enero a septiembre de 2022, la economía continuó dinámica y fuerte, creciendo 9,4% en comparación a igual período de 2021. Aunque comenzó a desacelerarse, luego del efecto rebote de 2021, el crecimiento de 7,0% anual en el tercer trimestre de 2022 muestra la gran resiliencia que ha tenido la economía colombiana frente a un contexto internacional que se ha tornado complicado.

Por el lado del gasto, en los primeros 9 meses de 2022, se observó un crecimiento de la demanda interna, con el consumo y la inversión expandiéndose 10,4% y 19,2% anual, respectivamente. Se destaca que, en el tercer trimestre de 2022, la inversión en capital fijo logró superar por primera vez el nivel prepandemia del cuarto trimestre de 2019.

Por sectores, en los primeros 9 meses de 2022, 11 de las 12 actividades económicas se expandieron frente a igual periodo de 2021, sobresaliendo: Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios (37,0%), Información y comunicaciones (17,6%), Comercio, transporte, alojamiento y servicios de comida (15,1%) e Industria manufacturera (12,6%). La única actividad que se contrajo fue Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca (-1,0%), a causa de condiciones climáticas adversas y el encarecimiento de los insumos.

Gracias a que los diferentes indicadores de actividad económica del país mostraron un crecimiento mayor a lo esperado, las perspectivas de crecimiento económico de Colombia



para 2022 han sido revisadas continuamente al alza por diferentes entidades y analistas. A continuación, se encuentran las proyecciones más recientes:

- El Banco de la República, en su informe de Política Monetaria de octubre, pronosticó que el crecimiento en 2022 será de 7,9%.
- Según la Encuesta de Opinión Financiera de Fedesarrollo de diciembre 2022, los analistas privados esperan un crecimiento en 2022 dentro del rango de 7,8% y 8,1%.
- En diciembre, el Ministerio de Hacienda señaló que el crecimiento del PIB para el 2022 podría ser de 8,2%.
- En su publicación de noviembre, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) mejoró a 8,1% su proyección de crecimiento del PIB de Colombia en 2022.

Adicionalmente, de acuerdo con los pronósticos de organismos internacionales como el FMI y el Banco Mundial, en 2022, Colombia creció por encima del promedio de América Latina. Según el reporte de octubre del FMI, Colombia creció en 2022 un 7,6%, por encima de lo proyectado para la región (3,5%). En el caso del Banco Mundial, su reporte de diciembre estima que la economía colombiana se expandió 8,0% en 2022, también por encima del promedio de la región (3,6%).

Con respecto a la inversión, el flujo de inversión extranjera directa (IED) hacia Colombia, durante 2021, se recuperó y alcanzó US\$9.381 millones, un aumento de 25,8%, respecto al año anterior (US\$7.459 millones) cuando los efectos de la pandemia de COVID-19 y los confinamientos a nivel mundial retrasaron los proyectos de inversión y redujeron el colchón de utilidades para reinvertir. Durante 2021, el 89,7% de la IED en Colombia estuvo destinada a sectores diferentes a petróleo y minería. Los sectores con mayor participación sobre el total de IED no minero-energética fueron: servicios financieros y empresariales (28,6%), manufacturas (20,4%), transporte, almacenamiento y comunicaciones (13,5%), electricidad, gas y agua (12,4%) y comercio al por mayor y al por menor, restaurantes y hoteles (11,4%). El flujo de IED en sectores diferentes a petróleo y minas aumentó 28,2% en 2021, en comparación con 2020.

De enero a septiembre de 2022, el flujo de IED hacia Colombia alcanzó los US\$13.489 millones, lo que significó un aumento de 97,5% respecto al mismo periodo del año anterior. En los primeros 9 meses de 2022, el 74,0% de la IED que llegó al país se dirigió a actividades no extractivas diferentes a petróleo y minas. Los sectores con mayor participación sobre el total de IED no minero-energética fueron: servicios financieros y empresariales (46,1%), manufacturas (13,9%), transportes, almacenamiento y comunicaciones (13,9%) y comercio al por mayor y al por menor, restaurantes y hoteles (10,5%). La IED en sectores distintos a petróleo y minería aumentó 54,0% en el periodo enero – septiembre 2022 con respecto al mismo periodo de 2021. Se resalta el aumento en los sectores de servicios financieros y empresariales (164,1%), construcción (50,8%) y comercio al por mayor y al por menor, restaurantes y hoteles (47,9%).

En cuanto a las exportaciones no minero-energéticas (bienes más servicios), en 2021, llegaron a ubicarse en US\$26.229 millones, lo que implicó un crecimiento de 27,8% en comparación a 2020 (US\$20.524 millones). En 2022, según las estimaciones de ProColombia, las exportaciones no



minero-energéticas (bienes más servicios) se ubicarían en US\$33.909 millones, lo que significaría un aumento de 29,3% en comparación a 2021.

Es de resaltar que, en 2022, las exportaciones de bienes no minero-energéticos continuaron con el desempeño sobresaliente que se presentó en 2021 y nuevamente registraron máximos históricos. En el acumulado enero-noviembre 2022, sumaron US\$19.844 millones, creciendo 20,9% respecto a igual periodo de 2021. Café verde, flores frescas, aceite de palma, acabados para la construcción, derivados de café, animales vivos (bovinos) y artículos del hogar fueron los productos con un mayor incremento en sus ventas externas en lo corrido de 2022. Por su parte, los mercados de mayor crecimiento fueron Estados Unidos, Venezuela, Ecuador, México y Países Bajos. Se espera que en 2022 las exportaciones de bienes no minero-energéticos cierren en torno a US\$21.648 millones.

Respecto al turismo, de acuerdo con cifras del Banco de la República, éste se situó como el primer generador de divisas no minero-energéticas en los primeros 9 meses de 2022. En el acumulado enero-septiembre de 2022, las divisas generadas por turismo totalizaron US\$5.263 millones, incrementando 153,3% respecto al mismo periodo de 2021 (US\$2.078 millones), situándose por encima del café verde y las flores frescas.

De enero a noviembre de 2022, el número de visitantes no residentes que llegó a Colombia fue de 4.011.069, con un incremento de 129,1% respecto al mismo periodo de 2021 (1.751.047), gracias a la recuperación que ha tenido el turismo luego de remover las restricciones que se generaron con la pandemia de COVID-19.

En los 11 meses de 2022, la llegada de colombianos residentes en el exterior totalizó 935.541, registrando un crecimiento de 68,5% con relación al mismo periodo de 2021 (555.118); mientras el número de cruceristas sumó 111.949, con un crecimiento de 1136,5% en comparación al mismo periodo de 2021 (9.054). En cuanto a los extranjeros no residentes, llegaron al país 2.963.579, lo cual significó un incremento de 149,7% con respecto al mismo periodo de 2021 (1.186.875).

Finalmente, es de destacar que la economía colombiana ha demostrado ser resiliente y se ha recuperado del efecto del confinamiento durante la pandemia, como lo demuestran las cifras de producción, empleo, exportaciones, inversión y turismo. Esto ha llevado a organismos internacionales y analistas a proyectar a Colombia como uno de los líderes de la recuperación económica en la región en 2022. Adicionalmente, según el FMI, en el mediano plazo (2023-2027), Colombia tiene mejores perspectivas de crecimiento económico en comparación de grandes economías como México, Brasil, Argentina y Chile.



PLAN DE ESTRATÉGICO PROCOLOMBIA

El plan estratégico de ProColombia se genera con base en los objetivos del Gobierno Nacional plasmados en el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 "Pacto por Colombia, Pacto por la equidad" y en los objetivos definidos en los ejercicios de construcción conjunta del Plan Sectorial realizado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT) con el sector, entre otros.

Este informe se ha organizado siguiendo los ejes en los que se estructura el Plan Estratégico Sectorial 2019 – 2022 y en los que participa activamente ProColombia que son:

- Inversión,
- Nuevas Fuentes de Crecimiento y
- Fortalecimiento Institucional.

Así mismo se han incluido avances con base en el programa de gobierno "Colombia Potencia Mundial de la Vida"



ATRACCIÓN DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA (IED) NO MINERA AL PAÍS

Durante el 2022 ProColombia continuó promoviendo a Colombia para que llegue inversión extranjera directa a las diferentes regiones del país, se creen o fortalezcan empresas que generen empleos, exportaciones, se aumente la infraestructura turística, se adelanten proyectos que mejoren la competitividad de las empresas y el país.

El trabajo en la atracción de IED se enfoca en la promoción de nueva inversión y la reinversión en los sectores de agroalimentos, industrias 4.0, químicos y ciencias de la Vida, metalmecánica y otras industrias, sistema moda, turismo y competitividad.

Principales actividades de promoción de inversión

Algunas de las actividades realizadas durante el 2022 fueron:

- **Colombia Investment Roadshow (CIR):** se realizó la quinta versión de forma presencial y virtual en Madrid durante el 4 y 5 de mayo, con eje temático la sostenibilidad, en el que se llevó a cabo una sesión “Conversatorio: El Camino a Cero y la Estrategia Climática a Largo Plazo de Colombia 2050” y se tuvo la oportunidad de presentar 50 proyectos de 13 departamentos por más de US\$ 7.000 millones a empresas de Europa para que inviertan. Como resultado de las 48 citas agendadas, inversionistas manifestaron interés en 28 proyectos. Participaron 16 agencias de inversión de diferentes regiones colombianas.
- **Colombia Inside Out (CIO)** organizado por la Bolsa de Valores de Colombia, Citi y ProColombia, en su onceava versión, se desarrolló en Nueva York el 10 y 11 de mayo. Participaron 120 representantes de 45 empresas inversionistas y entidades financieras



internacionales de 8 países: Estados Unidos (35), Japón (2), Australia (2), Canadá (2), Francia (1), Corea (1), Alemania (1) y Hong Kong (1) que se reunieron con el Presidente de Colombia, Ministros, entidades públicas y privadas de infraestructura, energía, ambiente y sector financiero.

- **ProColombia Pitch Sessions:** se llevaron a cabo ocho encuentros, con el fin de acompañar a los emprendedores del país en la búsqueda de financiación de sus proyectos para su internacionalización. Mediante esta modalidad de encuentro, tipo "shark tank", se invitaron a los empresarios colombianos que tuvieran proyectos "ready to sell" a realizar sus pitch frente a más de 60 inversionistas de Asia, Latinoamérica y Norteamérica.
- **Seminarios para promover a Colombia como destino de inversión extranjera:** Con el fin de dar a conocer las diferentes oportunidades que ofrece Colombia para la inversión extranjera directa, se organizaron más de 300 actividades entre seminarios, conferencias y desayunos en 24 países y en Colombia.
- **Contacto y acompañamiento a inversionistas:** Durante 2022, se contactaron y acompañaron inversionistas y potenciales inversionistas de 55 países que han manifestado algún interés en 900 proyectos en el país, de igual forma se dieron a conocer las oportunidades que ofrece el país para invertir en diferentes cadenas productivas. Como resultado del contacto, seguimiento y acompañamiento a los potenciales inversionistas, 183 de 38 países informaron a ProColombia el inicio de 201 proyectos que van a desarrollarse en promedio en 3 años por un valor estimado total de US\$9.657 millones. Estos proyectos estarán localizados en 56 municipios de 20 departamentos, en los que de acuerdo con las mismas estimaciones de los inversionistas esperan generar 84.975 empleos directos e indirectos, 76 de los proyectos que iniciaron cumplen con tres o más objetivos de desarrollo sostenible y 12 proyectos contribuyen a la transición energética.

Como parte del plan de reactivación de la economía, se definió la estrategia de nearshoring o relocalización de empresas, aprovechando la ubicación y condiciones de Colombia para que las empresas localicen o expandan sus inversiones en el país como plataforma de producción y distribución para las Américas. Entre el 2020 y 2022, se identificaron 1.368 potenciales inversionistas, se contactaron 1.093, de los cuales 204 están evaluando la posibilidad de invertir en Colombia. Gracias a esta estrategia, 101 inversionistas de 31 países han informado el inicio de 106 proyectos por un valor estimado de US\$2.854 millones, 44 de los cuales iniciaron en 2022 por un monto estimado de US\$1.731 millones en 11 departamentos a desarrollarse en promedio en dos años. (resultados contenidos en el total)

Estrategia de promoción para atracción de Inversión sostenible

Con el fin de promover a Colombia como destino de inversión sostenible, que genere reindustrialización, encadenamientos, desarrollo social y ambiental, se realizaron las siguientes acciones en el 2022, entre otras y adicionales a las enunciadas previamente fueron:



- **Inversión sostenible y bioeconomía:** En mayo de 2022, bajo los lineamientos del MinCIT, se inició una consultoría con la firma Wavteq, para “formular una estrategia integral de atracción de inversión sostenible y en bioeconomía hacia Colombia, e implementar las actividades de desarrollo de propuestas de valor y actividades comerciales de identificación, generación y concreción de leads, en sectores estratégicos con estos perfiles”, con la cual se han tenido los siguientes avances:
 - Desarrollo de los capítulos: Buenas prácticas para la identificación de la IED sostenible y Metodología para la identificación, evaluación y selección de proyectos de inversión sostenible.
 - Informe de diagnóstico, Priorización de (sub)sectores y análisis de impulsores: Con base en el análisis de la firma consultora, MinCIT y ProColombia definieron 7 sectores y 19 subsectores como prioritarios para la atracción de IED. Para cada uno de los 19 subsectores, se identificarán los impulsores de la inversión que alimentarán el análisis de referencia en competitividad.
- **Mejores prácticas de las Agencias de Promoción de Inversión -APIs,** en la atracción de inversiones sostenibles. Se identificaron y evaluaron las iniciativas clave, y se identifican actores clave. Está en desarrollo la: Comparación de la competitividad, la revisión de los incentivos disponibles para los sectores de inversión sostenible en Colombia y las recomendaciones estratégicas para atraer la IED sostenible.
- **Participación en Iniciativas para combatir el cambio climático:** ProColombia hace parte de dos importantes iniciativas como son el Climate Finance Leadership Initiative (CFLI) y el Climate Finance Accelerator (CFA). El CFLI es una iniciativa liderada por el sector privado y Bloomberg, que cuenta con el apoyo de los gobiernos del Reino Unido y Colombia, para movilizar capital a alta escala para combatir el cambio climático. ProColombia ha participado en dos Steering Committees y en reuniones periódicas con el secretariado del capítulo de Colombia de CFLI, contribuyendo a la construcción de las acciones que promoverá CFLI para movilizar recursos hacia los sectores naturaleza-resiliencia-adaptación, alternativas renovables, infraestructura sostenible y transporte bajo en carbono. El CFA es una plataforma de articulación, que convoca a diferentes actores del sector público, privado, financiero y proponentes de proyectos, para apoyar al desarrollo de un portafolio de proyectos de calidad que logren ser financiados a través del financiamiento combinado (Blended Finance). ProColombia apoyó al CFA para la escogencia de proyectos sostenibles para el primer ciclo de aceleración, y se seleccionaron 7 proyectos. En octubre y noviembre de 2022 tuvieron lugar las mentorías especializadas y el bootcamp para preparar a los proyectos para empezar a levantar capital, en las cuales varios asesores de inversión de ProColombia participaron como mentores de los proyectos.
- **Portafolio de Oportunidades de Inversión Sostenibles:** se identificaron 47 proyectos con enfoque sostenible en búsqueda de inversión, ubicados en 18 departamentos.
- **Participación de ProColombia en la COP27.** Gracias a la gestión del MinCIT y MInAmbiente, ProColombia apoyó:



- Participación de más de 40 empresas: Iberdrola, Natura, HSBC, Acumen, Yara, Allianz, Enerzee, Dake, ENARA, TES, EDP, APCO, Cerulean Ventures, FMO, Mercer (entre otras).
- Contacto y potencial alianza con más de 25 aliados: Bloomberg, WEF, BID, GwEC, GSC, P4G, UNIDO, PwC, World Climate Foundation, We Mean Business Coalition, Climate Bonds Initiative (entre otros).
- Co-organización de tres eventos: Climate Finance Leadership Initiative Capítulo Colombia - el sector privado trabajando por las Contribuciones Determinadas a Nivel Nacional NDC Colombianas, Desayuno con CEOs de las empresas miembro de CFLI Colombia, multilaterales y Ministra de Ambiente y Desarrollo Sostenible, y una actividad del Departamento Nacional de Planeación - DNP sobre financiamiento climático.

Trabajo articulado con las regiones

Durante 2022 se continua con el trabajo coordinado y en sinergia con las Agencias Regionales de Inversión (APRI) y regiones sin APRIS, a través de reuniones de alineación y espacios para compartir buenas prácticas, coordinación para la participación entre otros, en actividades de promoción en las que se destacan:

- **Comité de APRIs**

ProColombia realizó tres sesiones de capacitación y trabajo conjunto con las agencias, en estos comités se presentaron temas de interés como: potencial de inversión por mercados, perfiles país, herramientas de promoción y atracción, inversión sostenible, entre otros.

- **Programa de entrenamiento y construcción de valor para regiones**

Con el apoyo de la consultora internacional Wavteq se llevó a cabo un programa intensivo en materia de promoción y atracción de inversiones hacia los territorios dirigido a ProColombia, MinCIT y las APRIs de todo el país. Se llevaron a cabo seis (6) módulos con expertos internacionales, tuvo una duración de seis meses con una intensidad horaria de 20 horas al mes, con acceso a información especializada, buenas prácticas y conocimientos en todos los aspectos relacionados con la promoción de inversión.

- **Propuestas de valor:** se trabajó conjuntamente entre ProColombia e Invest in Oriente en la propuesta de valor conjunta para la posible inversión de un MRO en Rionegro por parte del conglomerado Singapore Technologies Engineering.

- **Atracción de inversión extranjera a regiones sin Agencia de Promoción**

En noviembre de 2022 se presentó el primer diagnóstico de las regiones que no cuentan con agencia regional de promoción de inversión con el fin de determinar las necesidades y capacidad de cada región para establecer una estrategia articulada de atracción de inversión. igualmente, en noviembre se socializa el primer manual completo sobre todos los aspectos a tener en cuenta por una región para desarrollar una estrategia consolidada de promoción del territorio como destino de inversiones. El manual contiene el paso a paso que incluye desde la institucionalidad hasta la metodología para organizar propuestas de valor. Las regiones vinculadas a esta estrategia son: Putumayo, Amazonas, San Andres y Providencia, Chocó, Arauca, Vaupés, la Guajira y Sucre.



- **Estrategia promoción de territorios de paz como destino de inversión extranjera para el desarrollo sostenible:**

Dentro de la estrategia de llevar la inversión extranjera a regiones postconflicto con el fin de generar empleo y desarrollo para la sostenibilidad de dichos territorios, se viene adelantando un trabajo de diagnóstico de inversión privada especialmente en PDET, con el fin de evaluar la potencialidad y capacidades de la región para posicionarse como un destino de atracción de inversión extranjera. Se trabaja con el Observatorio de Inversión Privada en PDET y MinCIT y se espera a principio de 2023, articular lo pertinente con la ART -- Agencia de Renovación del Territorio.

- **Regiones Estratégicas de Internacionalización Prioritaria (REGIP)**

Entre marzo y mayo de 2022 se llevó a cabo un entrenamiento intensivo y especializado no sólo para las agencias sino para empresarios en las REGIP sobre estructuración de proyectos de impacto social o ambiental para conseguir inversión extranjera que sirva como capital inteligente para el crecimiento o expansión de la empresa colombiana, específicamente en proyectos que tengan algún tipo de impacto social o ambiental relevante. Estos talleres tuvieron una intensidad de 15 horas, fueron desarrollados con el CESA y se logró la participación de cerca de 200 empresarios de las regiones REGIP además de las APRIs y otros aliados.

- **Herramientas creadas o en desarrollo en favor de las regiones.**

Perfiles país

Durante 2022 se desarrolló una nueva herramienta diseñada para que las Agencias de Promoción Regional de Inversión - APRIs puedan conocer de cerca y de manera actualizada, el potencial de inversiones de los mercados más relevantes para Colombia. Los perfiles país fueron diseñados con el fin de mapear, analizar y comunicar las oportunidades sectoriales de atracción de inversiones por mercados, según los flujos de inversión de dicho mercado hacia el mundo y hacia Colombia así como información de la dinámica sectorial de inversiones desde el punto de vista del sector real. A la fecha se cuentan con perfiles de México, Brasil, España, China, Estados Unidos, Ecuador, Reino Unido entre otros, los cuales se están actualizando cada trimestre.

Colombia Site Selection: se creó una plataforma digital que permite presentar y resaltar ante inversionistas internacionales la oferta, las oportunidades y el potencial de cada una de las regiones de Colombia. Esta plataforma incluye información de la región como población y PIB, así como información relacionada con conectividad, disponibilidad de zonas francas, puertos, aeropuertos, logística y las oportunidades más relevantes para invertir en cada departamento. De esta manera, permitirá a inversionistas extranjeros, empresas multinacionales y compañías de todos los mercados, acercarse a las regiones para encontrar el lugar correcto y con las condiciones adecuadas para el desarrollo de sus proyectos de inversión. En 2022 de la mano con el MinCIT se trabajó en una mejora de la herramienta en términos de facilidad y navegabilidad.



Apoyo con herramientas de ventas e inteligencia: ProColombia fortaleció la capacidad de las agencias regionales de promoción de inversiones en materia de inteligencia, mapeo y contacto de nuevos inversionistas. Este fortalecimiento se hizo a través del financiamiento de herramientas de venta como sales navigator de LinkedIn el cual estuvo habilitado para 14 Agencias de Promoción Regional de Inversión-APRIs hasta julio de 2022. Esta herramienta se financió con cooperación técnica con sus respectivas capacitaciones y entrenamientos para su uso y aprovechamiento.

Biblioteca Digital: Se continua en la alimentación de la Biblioteca Digital para APRIs con presentaciones e información general de sectores y estrategia de promoción de inversión de fácil acceso para las agencias.

Manual atracción de inversiones: En noviembre de 2022 se presenta el primer diagnóstico para regiones que no cuentan con agencia regional de promoción de inversiones con el fin de determinar las necesidades y capacidad de cada región para establecer una estrategia articulada de atracción de inversiones. Igualmente, en este mes se socializa el primer manual completo sobre todos los aspectos a tener en cuenta por una región para desarrollar una estrategia consolidada de promoción del territorio como destino de inversiones. El manual es un paso a paso que incluye desde la institucionalidad hasta la metodología para organizar propuestas de valor. Las regiones vinculadas a esta estrategia fueron: Putumayo, Amazonas, San Andres y Providencia, Chocó, Arauca, Vaupés, la Guajira y Sucre.

- **Eventos con participación de las Regiones**

Además de los enunciados, algunos de los eventos para destacar en los que participaron las Agencias Regionales de Inversión fueron:

- **Gira APRIs ExpoDubai 2022:** entre el 20 y 26 de marzo las APRIs participaron en la Semana de Inversión de Expo-Dubái logrando presentar oportunidades y proyectos de inversión de cada región a los fondos emiratíes. Invest in Cartagena, ProBarranquilla, Invest in Tolima, ACI Medellín, Invest in Bogotá, Invest in Orinoquía llevaron a este evento su portafolio de proyectos y propuestas de valor regionales para ser presentada ante un grupo de fondos de inversión.
- **Gira en Estados Unidos:** durante 2022 las siguientes APRIS llevaron a cabo giras por el mercado estadounidense: Invest In Manizales, ACI Medellín / Ruta N, Gira Presencial ProBarranquilla y Gira Virtual Invest in Bogotá. A continuación, una descripción de cada una de ellas:
 - Gira Invest In Manizales en junio 2022, en la cual se logró coordinar varias citas con nuevas cuentas y bancas de inversión para que Invest In Manizales presentara los proyectos de la región en búsqueda de capital extranjero.
 - Gira ACI Medellín / Ruta desarrollada en septiembre 2022 donde representantes de la ACI Medellín y Ruta N realizaron una agenda de inversión en Nueva York y Boston con el fin de presentar la propuesta regional del país a potenciales inversionistas.
 - Gira Presencial ProBarranquilla: Desde el sector de tecnología se apoyó una agenda



donde esta agencia promocionó la región del 31 de mayo al 3 de junio en Miami, Orlando y Tampa.

- Gira Virtual Invest in Bogotá: Enfocada en el sector de Agroalimentos, tuvo un foco en el segmento de alimentos procesados y se coordinaron reuniones virtuales con empresas multinacionales como Ingredion, MARS, General Mills, entre otras.
- **Misión Site Selectors en Colombia.** En 2022 se realizó la primera misión Site Selectors para el sector de servicios basados en el conocimiento donde tuvieron la oportunidad de conocer el potencial de Bogotá, Medellín y Cali. Entre el 3 y 4 de octubre se desarrolló la agenda en Bogotá con el objetivo de dar a conocer el potencial de la ciudad como destino de inversión para el sector de tecnología, tuvieron reuniones con Invest in Bogotá, la Agencia Distrital para la Educación Superior, Ciencia y Tecnología ATENEA, Terranum, se hizo una visita a la Universidad de los Andes, con el objetivo de conocer las instalaciones y los laboratorios y finalmente se llevaron a cabo dos visitas a compañías (FTC Consultants y Michael Page), con el propósito de conocer el clima legal junto con el panorama laboral en el sector tecnológico en Colombia.

En Medellín se realizó la agenda el 4, 5 y 6 de octubre con el objetivo de dar a conocer las razones por las cuales Medellín y el área metropolitana son un destino de inversión ideal para entidades de carácter tecnológico, se tuvieron reuniones con la Secretaría de Desarrollo Económico y a la Secretaría de Transformación Digital de Medellín con el objetivo de comprender los planes de desarrollo económico y transformación digital para la ciudad/región, Ruta y EAFIT- Nodo X para conocer lo que se está realizando desde la academia para formar talento TI y a las instalaciones de Mercado Libre quienes dieron a conocer su experiencia en Colombia.

Por último, en Cali se desarrolló la agenda el 6 y 7 de octubre, donde Invest Pacific se encargó de la bienvenida en la ciudad de Cali, se dieron a conocer los distintos sectores de interés en la región del Valle del Cauca y las posibilidades de apoyar en el conocimiento y el relacionamiento con actores estratégicos de la región. Se realizó la visita a Zonamerica, la alcaldía de Cali, la Cámara de Comercio, Universidad ICESI en donde se presentaron los planes para el desarrollo económico y la generación de empleo.

- **ProColombia Pitch Sesión con Invest in Bogotá:** En el mes de abril se presentaron 9 emprendimientos de base tecnológica a potenciales inversionistas principalmente fondos de venture capital de Estados Unidos, Argentina, Brasil, España, entre otros.
- **Webinars:** algunos de los webinars a resaltar son: “*Alcances prácticos de las licitaciones bajo esquema de APP en Colombia*” desarrollado por la Agencia Nacional de Infraestructura -ANI, Baker&Mckenzie, Invest in Bogotá - IIB, Embajada Corea y ProColombia buscaba dar a conocer a las empresas coreanas los principales proyectos que estaban por licitarse con la ANI e IIB. Así mismo, brindar información sobre el proceso de licitación como empresa extranjera a través de la firma de asesoría legal Baker&Mckenzie. *Webinar Alimentos Procesados:* Trabajo junto con Invest in Bogotá, certificación



en contenidos máximos de sodio en alimentos priorizados. Webinar: ¿Por qué invertir en Medellín y el área metropolitana? dirigido a empresas españolas y con apoyo de ACI, CEOE e ICEX.

- **Agendas de Inversión:** Durante 2022, se contó con la participación de las diferentes APRIs en más de 80 agendas de inversión virtuales y presenciales con inversionistas extranjeros que visitaron Colombia, principalmente de inversionistas de países como Estados Unidos, México, China, Chile, Argentina, Canadá, España, entre otros.

Resultados IED obtenidos en el 2022

ProColombia como resultado del trabajo articulado con el Gobierno Nacional y el sector empresarial, así como la implementación de las estrategias y actividades descritas anteriormente, logra varias de las metas propuestas para el 2022.

- **42 empresas ancla** iniciaron 45 proyectos de inversión en 25 municipios de 15 departamentos. La meta era 20. Las empresas ancla son aquellas que tienen reconocimiento internacional, relevancia en su industria y confiabilidad, por ello tienen la capacidad de atraer a otros inversionistas a lo largo de la cadena de valor y/o contribuir al posicionamiento de la ciudad como destino de inversión y negocios. La inversión llegará de 18 países: Argentina, Brasil, Canadá, Chile, China, Corea del Sur, Costa Rica, Ecuador, España, Estados Unidos, Francia, Italia, Japón, México, Países Bajos, Perú, Portugal y Reino Unido.

Empresas ancla 2022

País de origen inversionista ancla	Número de inversionistas ancla	Número de proyectos
Argentina	2	2
Brasil	4	5
Canadá	3	3
Chile	2	2
China	1	1
Corea (Sur)	1	1
Costa Rica	1	1
Ecuador	1	1
España	1	1
Estados Unidos	15	16
Francia	1	1
Italia	1	2
Japón	1	1
México	1	1
Países Bajos	1	1
Perú	2	2
Portugal	1	1
Reino Unido	3	3
Total	42	45

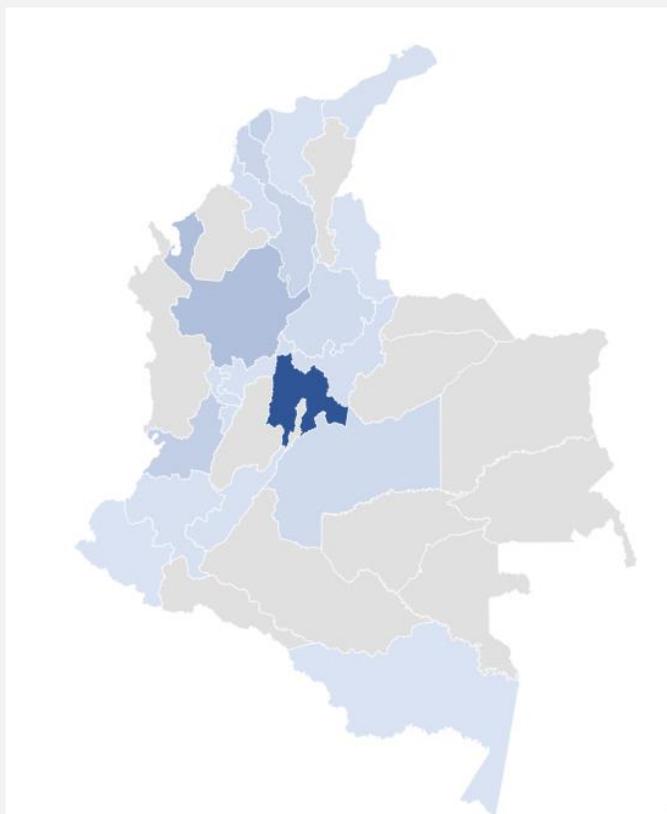
Fuente: Información reportada por los inversionistas a ProColombia

- **Montos de Inversión Extranjera Directa:** Inversionistas de 38 países informaron a ProColombia el inicio de 201 proyectos por un valor estimado en US\$9.657 millones que se van a desarrollar en un tiempo mayor a tres años en promedio, y en los que los empresarios esperan generar 84.975 empleos en 56 municipios de 20 departamentos. La meta propuesta para el año fue de US\$8.500 millones , se logra un cumplimiento del 114%.

Estos resultados que incluyen los enunciados de la estrategia de nearshoring o *friendshoring* son:

- Infraestructura turística: US\$182 millones en 6 proyectos de 3 países.
- Fondos de capital: US\$2.785 millones en 40 proyectos de 15 países.
- Economía Naranja: US\$354 millones en 11 proyectos de 8 países.
- Otros sectores: US\$6.336 millones en 144 proyectos de 34 países

Gráfica 2. Departamentos con inicio de proyectos de inversión



Fuente: Información reportada por los inversionistas a ProColombia



NUEVAS FUENTES DE CRECIMIENTO - ECONOMÍA NARANJA

ProColombia desde las diferentes áreas trabaja en la generación de información, relacionamiento con las empresas y promoción de economía naranja, con el fin de contribuir a su crecimiento.

En el 2022, con el fin de ampliar el conocimiento de esta industria, tener herramientas de promoción y generar estrategias, ProColombia continuó actualizando presentaciones sectoriales y realizando estudios de mercado que muestran las características propias del sector y las oportunidades comerciales que ofrecen los mercados internacionales. Se tienen los siguientes documentos:

- Perfil Sectorial Audiovisual – Inversión (español/inglés)
- Perfil Sectorial Videojuegos – Inversión (español/inglés)
- Perfil Sectorial Software – Inversión (español/inglés)
- Perfil Sectorial Audiovisual – Exportaciones (español/inglés)
- Perfil Sectorial Software – Exportaciones (español/inglés)
- Estudio de Mercado – Audiovisual – Alemania
- Estudio de Mercado – Software – Argentina
- Estudio de Mercado – Audiovisual – Emiratos Árabes Unidos
- Estudio de Mercado – Software – Emiratos Árabes Unidos
- Estudio de Mercado – Audiovisual – Israel

En la labor de **promoción de exportaciones** se realizaron las siguientes acciones:

- Coordinación y acompañamiento para que 133 empresarios de 12 departamentos participaran y dieran a conocer la oferta en 18 ferias internacionales presenciales y virtuales en 9 países: CCW Executive Exchange, Channel Partners Expo and Conference, clab,



Customer Contact Week - Ccw, External Development Summit XDS, Feria Internacional Womex Octubre, Feria RIO2C, Gamescom, GDC, Iberseries, Marche du Film, Mercado Girart, Mercado Internacional De Films De Animación De Annecy - MIFA, MipCancun, MIPCOM, Mobile World Congress, Toronto International Film Festival - TIFF, Xchange Dallas.

- Organización de 6 ruedas de negocios en Colombia con el fin de programar citas de negocios a más de 154 empresarios de 12 departamentos de Colombia con más de 79 compradores de 16 países: III Rueda de Negocios FICCI ,RUEDA DE NEGOCIOS COLOMBIA 4.0 ,Rueda de Negocios FITB ,Rueda de negocios SOFTIC - SOFTWARE Y TI COLOMBIA, Salón Internacional de Negocios FILBO ,VII Rueda de Negocios +Cartagena ,Se realizó una misión de 4 compradores de Estados Unidos denominada CINEPOSIUM (FAM TRIP audiovisual) en Colombia

Así mismo, cerca de 130 empresas nacionales de estos sectores participaron en las Macrorruedas enunciadas en el documento.

Como resultado del contacto, acompañamiento y seguimiento a las empresas en Colombia y en el exterior y de su participación en las actividades comerciales, 350 empresas de Animación, Artes escénicas, Música, Producción audiovisual, Publicidad y mercadeo digital, Software y Servicios TI y Videojuegos de 14 departamentos de Colombia informaron a ProColombia haber realizado negocios por US\$516 millones con compradores de 46 países.

En cuanto a la gestión para **atraer inversión extranjera directa** en economía naranja, se segmentaron, contactaron y acompañaron potenciales inversionistas en los mercados priorizados y se dieron a conocer las oportunidades en diferentes eventos y actividades. Como resultado, se iniciaron 11 proyectos por inversionistas de 8 países: Argentina, Chile, Costa Rica, Estados Unidos, Malta, Perú, Suiza y Uruguay. Los proyectos serán desarrollados en los próximos años en sectores de software, servicios TI y audiovisuales contenidos digitales, por un valor estimado en US\$354 millones.

Algunas de las actividades comerciales para destacar fueron:

- Colombia Venture Nation: evento, organizado por ProColombia, iNNpulsa y ColCapital, reunió a siete startups colombianas del sector tecnológico con inversionistas radicados en Estados Unidos, además de otros países de Sudamérica como Chile, Paraguay y Perú, con el fin de atraer fondos de Inversión Extranjera Directa al ecosistema empresarial de Colombia.
- Demoday: este evento contó con la participación de más de 15 inversionistas interesados en invertir en emprendimientos colombianos del sector tecnológico. Adicionalmente, se desarrolló una agenda académica donde uno de los actores claves del ecosistema brindó charlas a los emprendedores colombianos sobre el ecosistema de Venture Capital y emprendimiento en Miami.
- Boston Fintech Week: Colombia Community Partner del evento, junto con la ACI Medellín y



Ruta N se realizó un panel para promocionar el país como destino de inversión.

- Planes de mentoría con los Embajadores de Marca en trabajo conjunto con INNpulsa. Los embajadores, reconocidos por ser empresarios colombianos que han tenido trayectoria en el ecosistema emprendedor, han ayudado a posicionar a Colombia como destino de inversión, negocios, emprendimiento e innovación.

En cuanto al **turismo internacional** se continuó trabajando articuladamente con empresarios del sector y demás aliados para dar a conocer la oferta turística cultural colombiana en los mercados internacionales. Se destacan las siguientes acciones:

- Diversificación de la oferta turística cultural a través del encadenamiento de experiencias culturales (musicales, gastronómicas, artesanales, cultura viva, entre otras) con la cadena de la industria turística, propiciando espacios para que los operadores de turismo receptivo puedan conocer nueva oferta en nuevas regiones (ruedas de encadenamiento y webinars) así mismo dándola a conocer en las ferias internacionales, ruedas de negocios, workshops, entre otros.
- Generación de herramientas que permitan unificar el discurso turístico cultural a través de Regiones turísticas y el Manual para guías de turismo de cultura
- Generación de información de valor agregado para que los operadores de turismo en Colombia puedan consolidar su oferta y enfocarla a los mercados de interés. Además, se realizó el lanzamiento del Manual para guías del río Magdalena durante la cuarta versión de los Premios de Turismo Colombia CO.
- Formación de los empresarios a través de seminarios virtuales y/o presenciales desarrollados con el objetivo de capacitar y entregar a los asistentes herramientas que les permitan consolidar sus proyectos turísticos hacia el mercado internacional para aumentar el tejido empresarial, fortalecer la oferta, diversificar el producto. Participaron 2.208 personas de 29 departamentos

Respecto al turismo relacionado con la gastronomía colombiana, se organizaron las siguientes actividades:

- Press trips. El primero realizado con la colaboración del chef Manuel Mendoza. El segundo, con cuatro medios especializados en gastronomía, uno de Ecuador, uno de Uruguay y dos de Brasil, con el objetivo de promocionar a Barranquilla como un destino gastronómico de talla mundial. Y otro con la participación de dos periodistas, en el marco de Bogotá Madrid Fusión, evento organizado por la Cámara de Comercio de Bogotá.
- Se llevó a cabo el lanzamiento internacional del Manual Ilustrado para Guías de Turismo de Cultura, durante la feria FITUR 2022, en conjunto con el Instituto Caro y Cuervo en la ciudad de Madrid, se lanzó el manual de cultura en Brasil: en el marco de las actividades de la Semana de Colombia en Salvador Bahía aprovechando una mesa redonda que se denominó "La historia de Colombia y Brasil: Ciudades fortaleza (Cartagena/Salvador)".



- Por otra parte, fue realizada la socialización del perfil del turista cultural y presentando a los empresarios de turismo; se trabajó articuladamente con Artesanías de Colombia para el encadenamiento de las rutas turísticas artesanales en la oferta turística receptiva producto de un plan de trabajo: relacionamiento y apoyo en la coordinación y ejecución de las reuniones; un Taller de Co-creación de turismo cultural: Esta actividad busca reunir a diferentes actores de la cadena turística, entre los que se encuentran agencias de viajes, operadores, entidades de promoción regional, entre otros; con el objetivo de entregar a los empresarios las herramientas necesarias para que desarrollen experiencias turísticas culturales diferenciadoras. Después de realizar este ejercicio se procesará, analizará y sintetizará la información, con el propósito de sugerir diferentes pautas y una metodología clara para el desarrollo de nuevas experiencias. Lo anterior, consolidado en un insumo que será entregado a los empresarios.



NUEVAS FUENTES DE CRECIMIENTO - EXPANDIR Y DIVERSIFICAR LA OFERTA EXPORTADORA A PARTIR DEL APROVECHAMIENTO DE LAS VENTAJAS COMPETITIVAS REGIONALES Y ACUERDOS COMERCIALES VIGENTES.

ProColombia en su labor de promoción de las exportaciones de bienes no minero energéticos y servicios entrega información sobre tendencias y dinámicas de consumo de productos en los mercados internacionales, y conocimiento a través de capacitación, asesoría y acompañamiento a las empresas colombianas para el fortalecimiento de su oferta, aprovechamiento de las oportunidades de los mercados internacionales, participación en actividades comerciales que le faciliten la primera exportación o el crecimiento de sus ventas externas en los mercados donde ya exporta o en nuevos, de acuerdo con su interés.

En el trabajo de relacionamiento y acompañamiento continuo con los empresarios en Colombia y en el exterior, se hace seguimiento a la oferta de los empresarios colombianos, a las necesidades y requerimientos de compradores internacionales, a las posibilidades de venta por parte de los empresarios colombianos y de compra de los empresarios internacionales, así como a los negocios realizados como resultado de alguna labor ejecutada por la organización. Los datos de las ventas de los colombianos o compras de los extranjeros que son informados por los empresarios son los que ProColombia reporta como negocios facilitados, monitoreando y haciendo seguimiento al comportamiento de las exportaciones de bienes realizadas por las empresas de acuerdo con el DANE.

Según las estimaciones de ProColombia, en el periodo enero-noviembre de 2022, las exportaciones no minero- energéticas del país (bienes más servicios) ascendieron a US\$31.083 millones, registrando un crecimiento de 31,8%, en relación con el mismo periodo de 2021 (US\$23.584 millones). Para todo 2022, se estima que las exportaciones no minero-energéticas lleguen a ubicarse alrededor de US\$33.909 millones, lo que implicaría un aumento de 29,3% en comparación a 2021.



Exportaciones no minero-energéticas, año corrido y proyección 2022 (Millones de US\$)

	Ene-nov 2021 (Millones US\$)	Ene-nov 2022 (Millones US\$)	Variación Enero- Noviembre 2022/2021 (%)	2021	Proyección 2022	Proyección variación 2022/2021 (%)
Bienes no minero-energéticos (Dane)	16.416	19.844	20,9%	18.186	21.648	19,0%
Servicios ¹ (Banrep, estimaciones Procolombia)	7.168	11.239	56,8%	8.043	12.260	52,4%
Total exportaciones no minero- energéticas	23.584	31.083	31,8%	26.229	33.909	29,3%

Según las cifras DANE, de enero a noviembre de 2022, las exportaciones colombianas de bienes no minero-energéticos sumaron US\$19.844 millones, presentando un aumento de 20,9% respecto a igual periodo de 2021 (US\$16.416 millones). La proyección para el año completo es que las exportaciones de bienes no minero-energéticos se ubiquen alrededor de US\$21.648 millones, un valor 19,0% superior al registrado en 2021.

Luego de la contracción que sufrió el comercio internacional en 2020 a causa de la pandemia y el confinamiento, y la recuperación durante 2021, el 2022 ha sido un año de reactivación mucho más dinámica del comercio externo, gracias tanto a una mayor demanda como a unos mejores precios internacionales de algunos productos como café verde, flores frescas, plástico en formas primarias, entre otros. Esto permitió que las exportaciones colombianas de bienes no minero-energéticos registraran máximos históricos, llegando, e incluso superando, los niveles vistos en 2008, 13 años atrás.

Exportaciones de bienes, 2015 – noviembre 2022
(Millones de US\$)



Por subsectores, Café verde fue el que presentó el mayor incremento de exportaciones, al registrar un aumento de US\$894,7 millones en enero-noviembre de 2022, debido al aumento del precio internacional del café colombiano, a una mayor demanda en los mercados internacionales y la devaluación del peso colombiano frente al dólar. El segundo subsector con mayor crecimiento fue el de flores frescas, con un aumento de US\$356,6 millones, gracias al



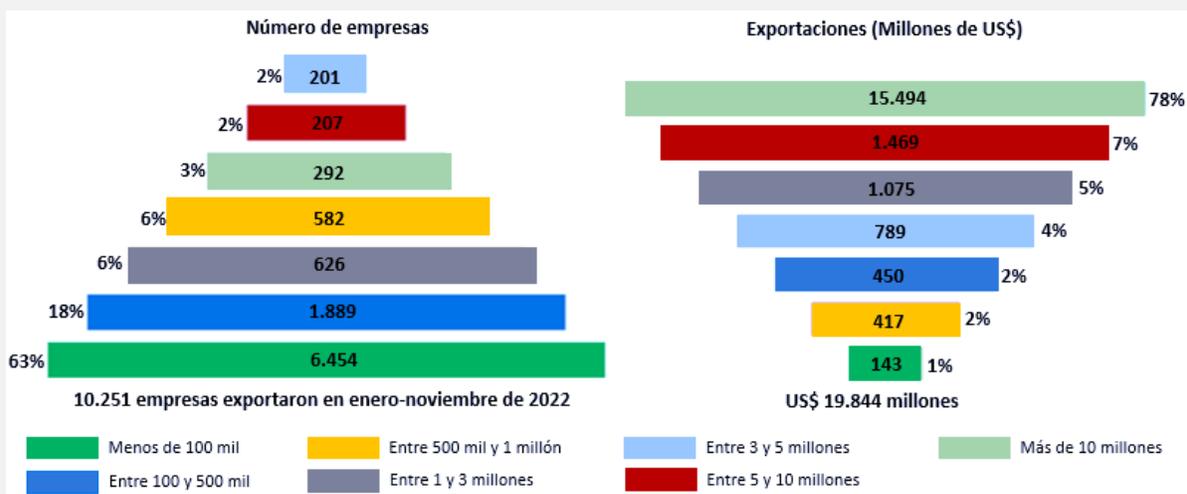
incremento de demanda mundial en los grandes mercados. Le siguió aceite de palma (+ US\$245,5 millones), Acabados para la construcción (+ US\$194,9 millones), Derivados de café (+ US\$171,9 millones) y Carne bovina (+ US\$127,0 millones).

Por país destino, Estados Unidos siguió siendo el principal mercado de las exportaciones no minero-energéticas, con una participación de 30,7% en el periodo enero-noviembre de 2022. Le siguieron países de la región latinoamericana como Ecuador (8,5%), Brasil (5,5%), México (4,9%) y Perú (4,6%).

El destino donde más aumentaron las exportaciones no minero-energéticas, en enero-noviembre de 2021, fue Estados Unidos (+ US\$1.395,2 millones), gracias a las mayores ventas de Café verde (+ US\$424,2 millones), Flores frescas (+ US\$319,7 millones) y Acabados para la construcción (+ US\$183,3 millones). El segundo país que más creció en compras de productos colombianos fue Venezuela (+ US\$266,1 millones). Esto se explicó primordialmente por el incremento de las exportaciones de Confitería de azúcar (+ US\$24,3 millones), de Plástico en formas primarias (+ US\$24,1 millones) y de Manufacturas de hierro o acero (+ US\$23,5 millones). Le siguió Ecuador (+ US\$244,0 millones), gracias a las mayores exportaciones de Aeronaves y sus partes (+ US\$31,4 millones), Automóviles de turismo y uso familiar (+ US\$23,5 millones) y Artículos del hogar (+ US\$22,2 millones); y México (+ US\$155,7 millones), por el incremento en las ventas de Aceite de palma (+ US\$53,8 millones), Automóviles de turismo y uso familiar (+ US\$34,9 millones) y Derivados del café (+ US\$14,9 millones).

En cuanto al número de empresas que exportaron bienes no minero-energéticos, de acuerdo con la información del DANE se observa que hubo un aumento de 483 empresas que exportan más de un dólar (4,9%), pasando de 9.768 en el periodo enero- noviembre de 2021 a 10.251 en igual periodo de 2022.

Distribución de las exportaciones de bienes no minero-energéticos por rangos en enero- noviembre 2022



Fuente: DANE, cálculos ProColombia- empresas que exportan más de US\$1.000

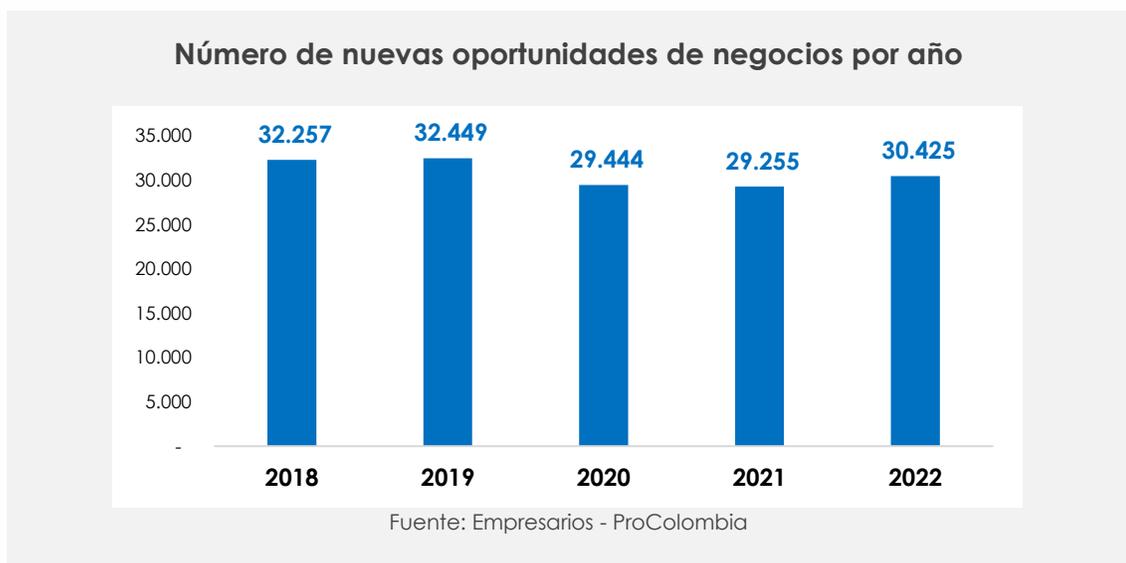


Analizando por rangos de valor exportado, en el periodo enero-noviembre de 2022 se observó un incremento en el número de empresas en todos los rangos comparado con igual periodo de 2021. Hay que resaltar que donde se dio el mayor aumento de empresas fue en el rango más bajo “Menos de US\$100 mil” (más de US\$1.000), con 265 empresas adicionales, seguido del rango “Entre US\$100 mil y US\$500 mil” con un aumento de 70 empresas y del rango “Entre US\$1 y US\$3 millones” con 54 empresas más. El valor exportado también incrementó en todos los rangos en los primeros 11 meses de 2022. El mayor aumento se registró en el rango más alto “Más de US\$10 millones” (+ US\$3.095 millones, 25,0%), seguido del rango “Entre US\$5 millones y US\$10 millones” (+ US\$116 millones, 8,6%) y del rango “Entre US\$1 y US\$3 millones” (+ US\$92 millones, 9,4%).

En cuanto a servicios, las cifras del Banco de la República revelan que las exportaciones de enero a septiembre de 2022 sumaron US\$9.195 millones, con un crecimiento de 69,7%, respecto a igual periodo de 2021 (US\$5.417 millones). Los servicios relativos a software y TI, otros servicios empresariales, servicios personales, culturales y recreativos y construcción, crecieron a una tasa de 16,8% anual en este periodo, alcanzando una cifra de US\$2.789 millones, mientras los servicios relativos a turismo tuvieron un crecimiento de 156,2% anual, llegando a US\$4.484 millones. Para el año completo, se estima que las exportaciones totales de servicios asciendan a alrededor de US\$12.260 millones, con un aumento de 52,4% en comparación a 2020.

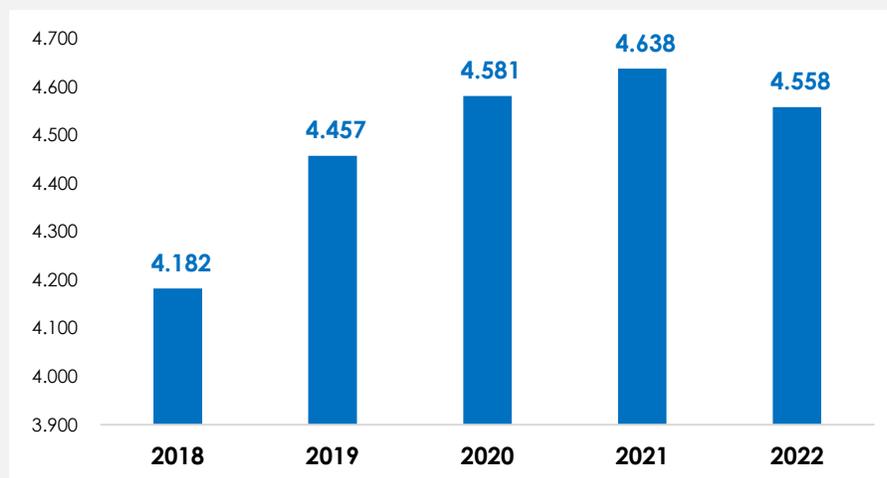
Posibilidades de venta u oportunidades de negocio de las empresas que han sido acompañadas, han trabajado o han participado en actividades apoyadas por ProColombia

En el 2022, ProColombia recibió información de 30.425 nuevas oportunidades de negocio de empresas colombianas, presentando un aumento de 4% frente a las oportunidades del año anterior. Se destaca que, gracias a los servicios y herramientas que ofreció ProColombia en el último año, se está recuperando el número de oportunidades a niveles anteriores a la pandemia. Estas posibilidades de negocio se han presentado para más de 4.500 empresas nacionales.





Número de empresas con oportunidades de negocio por año



Fuente: Empresarios – ProColombia

Motivación Exportadora

Con el fin de motivar a más empresarios a exportar y brindarles información sobre las oportunidades comerciales que ofrecen los mercados internacionales, se realizaron:

- **Futurexpo.** En coordinación con el MinCIT y entidades del sector, se realiza un foro dirigido a empresarios y emprendedores en diferentes regiones colombianas para que conozcan las oportunidades que ofrecen los mercados internacionales y los servicios y acompañamiento. Así mismo se realiza una rueda de asesoría y orientación para los empresarios interesados en cada uno de los servicios de ProColombia. En 2022, se realizaron 35 Futurexpo en los 32 departamentos. Se contó con la participación de 3.920 personas, de las cuales 158 pertenecen a poblaciones vulnerables y 98 a población afrocolombiana, palenquero y/o raizal.
- **Seminarios de Divulgación:** ofrecidos a los empresarios colombianos con información de oportunidades comerciales, tendencias, cultura de negocios, requisitos exigidos por el mercado o los compradores internacionales. En el 2021 se ofrecieron 91 seminarios en los cuales participaron aproximadamente 4.850 personas.

Capacitación

Con el fin de proporcionar al empresario herramientas que le ayuden a tomar la decisión de iniciar un proceso de exportación, ProColombia ofreció:

- **Programa de formación exportadora de bienes y servicios:** Programa de formación exportadora de bienes y servicios: Son talleres teóricos/prácticos con el fin de capacitar a los empresarios sobre los procesos de exportaciones, inteligencia de mercados, y demás temas relevantes para el comercio internacional (marketing digital, negociación con clientes



internacionales, comercio electrónico, entre otros). En el 2022 participaron 46.109 personas de 32 departamentos discriminados así: 32.530 personas de 32 departamentos lo hicieron por medio de 355 seminarios dictados de manera presencial o virtual y 13.579 personas de 27 departamentos participaron en 101 cursos de comercio exterior a través del Portal de Formación Exportadora en el que se accede a Cápsulas (videos pregrabados) con información de comercio exterior para que pueda capacitarse de manera autodidacta.

Adecuación de oferta exportable

ProColombia ofrece a los empresarios información y asesoría sobre costos de exportación, etiquetado, empaque, embalaje, marketing que les permita adecuar sus productos y estrategias de promoción de acuerdo con los requisitos o requerimientos de los mercados o compradores internacionales.

En 2022, 109 empresas de 13 departamentos (Antioquia, Atlántico, Bolívar, Caldas, Cundinamarca, Huila, Meta, Nariño, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander y Valle del Cauca) iniciaron por primera vez un programa de adecuación.

Fábricas de Internacionalización

Iniciativa del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y ProColombia que busca incrementar las exportaciones no minero energéticas, fomentar la cultura exportadora y ampliar el tejido empresarial exportador, a través de 6 líneas de servicio puestas a disposición de los empresarios (Programa Excelencia Exportadora 3E, Comex 360, Consorcios de Exportación, Proyectos Disponibles, Mentor Exportador, que incluye el Programa Colombia a un clic y Expansión Internacional).

Desde el inicio del programa en el 2020 hasta diciembre del 2022 ProColombia les ha prestado servicios a 686 empresas de 23 departamentos.

En total se han lanzado cuatro convocatorias con recursos del BID, MinCit, INNpulsia y Recursos de la Unión Europea, entre otros; destinadas para empresas de bienes de las diferentes cadenas productivas y a empresas de Servicios Basados en Conocimiento.

A continuación, el detalle por convocatoria:

- Convocatoria 2020: Se inscribieron 904 empresas, de las cuales 519 fueron aceptadas y se han prestado servicios a 366 empresas de Agroalimentos, Metalmecánica, Químicos y ciencias de la vida, Sistema moda e Industrias 4.0 ubicadas en 22 departamentos.
 - Convocatoria BID 2021 Servicios Basados en Conocimiento (SBC): Se inscribieron 315 empresas, de las cuales 167 fueron aceptadas y 121 ubicadas en 16 departamentos recibieron servicios.
- Convocatoria Bienes 2021: Se inscribieron 697 empresas, de las cuales 363 han sido aceptadas y 199 empresas de 20 departamentos recibieron servicios.
- Convocatoria 2022 Bienes y Servicios: cerró con 1.112 empresas inscritas de 27 departamentos. Actualmente 343 empresas ya han sido validadas y 313 han sido aceptadas.



A continuación, se describen las líneas de servicio que se ofrecen a las empresas y la participación de estas (las empresas pueden recibir más de un servicio):

- **COMEX 360°:** Busca acelerar la creación y/o fortalecimiento del área de comercio exterior de las empresas, 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. 473 empresas de 22 departamentos han participado.
- **Empresas de Excelencia Exportadora 3E:** se ofrece una consultoría estratégica a empresas interesadas en evaluar, mejorar e innovar su modelo de negocio internacional con el fin de dinamizar y mejorar su competitividad para el ingreso a nuevos mercados o canales de comercialización en donde ya tenían presencia. Se ha iniciado plan de trabajo con 139 empresas de 15 departamentos.
- **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. Han participado 114 empresas de 16 departamentos.
- **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. 164 empresas de 18 departamentos recibieron del Mentor y ProColombia transferencia de conocimiento en temas claves que facilitan la internacionalización de sus productos.
- **Proyectos Sostenibles:** ProColombia diseña y desarrolla proyectos de exportación para comunidades vulnerables con alto impacto social en regiones con condiciones logísticas adversas, que contribuyan a facilitar una dinámica exportadora constante. Se apoyaron 14 a empresas de 9 departamentos.
- **Expansión Internacional:** ProColombia acompaña a empresarios a expandir su negocio en el exterior. Se prestaron servicios a 148 empresas de 18 departamentos.

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

Macrorruedas:

- **Macrorrueda 90 (abril):** en el marco de la celebración de los 30 años de ProColombia, se realizó de manera presencial, luego de dos años de virtualidad, la Macrorrueda 90 en las ciudades de Medellín y Cali, adicionalmente se realizó un módulo de citas virtuales posterior al encuentro presencial. Durante este evento participaron más de 730 compradores de 52 países y más de 1.500 empresas colombianas de 22 departamentos. De acuerdo con la información entregada por los compradores internacionales se realizaron compras inmediatas por US\$38 millones, 14% más que en la última Macrorrueda presencial en 2019 y tienen expectativas de negocios a un año por US\$434 millones.



- **Macrorrueda Internacional Houston (Noviembre):** Se realizó en el marco de la celebración de los 10 años del acuerdo comercial con Estados Unidos y los 200 años del bicentenario de relaciones entre ambos países. En el evento participaron 221 empresas de 18 departamentos generando más de 1.200 oportunidades de negocio con 143 compradores de 16 países y expectativas de negocio por más de US\$80 millones.
- **Encuentro Empresarial Andino:** realizado de manera virtual, contó con la participación de 23 empresarios de 9 departamentos colombianos que tuvieron citas con 8 compradores de 3 países, quienes manifestaron intención o expectativas de compra a un año por más de US\$850.000
- **X Macrorrueda de Negocios de la Alianza del Pacífico – Américas 2022:** Contó con la participación de 28 empresarios de 5 departamentos colombianos que tuvieron citas con 22 compradores de 9 países, quienes manifestaron intención o expectativas de compra a un año por más de US\$1 millón.

Ruedas de Negocios:

Más de 500 empresarios nacionales de 19 departamentos y 250 compradores de 32 países participaron en 16 encuentros o ruedas de negocios presenciales y virtuales en Colombia y exterior tales como: Feria internacional del sector eléctrico Fise , I Networking de proveeduría de compras públicas, III rueda de negocios FICCI , Lac Flavors , Rueda de cacao – Rusia, Rueda de negocios Colombia 4.0 , Rueda de negocios FITB , Salón internacional de negocios FILBO , Rueda de Industrias del Movimiento Colombia , Rueda de Negocios Colombiaplast , Rueda de negocios Belleza y Salud , VII Rueda de negocios Cartagena , Rueda de negocios Softic , Circulart Medellín , II Rueda de Cannabis Medicinal e Industrial y Rueda de Negocios Rio es Moda .

Misiones inversas o de compradores:

Se coordinaron 12 misiones de compradores internacionales en las que cerca de 550 compradores internacionales de 33 países se reunieron con exportadores en diferentes lugares de Colombia como Bucaramanga, Bogotá, Medellín y Pereira para cumplir las citas previamente confirmadas en el marco de ferias como: Colombiatex, Colombiamoda, IFLS+EICI, ExpoArtesanías, Bogotá Fashion Week , Alimentec , Expoasoinducals Cuero Julio , Expocamacol y Cineposium .

Ferias internacionales:

Se coordinó, apoyó y acompañó más de 360 empresas nacionales de 19 departamentos para que participaran en 51 ferias internacionales presenciales y virtuales en 16 países, de acuerdo con su producto y mercado objetivo.

Las ferias en que se dio a conocer la oferta colombiana fueron: Gulfood Dubai , Feria TIHS Chicago Marzo, Mobile World Congress , Xchange Dallas , GDC , Series Mania , CCW Executive Exchange , COVERINGS, Feria IEEE , Feria Internacional Sial Canadá, Toronto , POP-UP Stitchlab Miami Design District , Helsinki Coffee Festival , Goyang Feria de Flores , Feria INCOSMETICS , Apparel Sourcing Show , Marche Du Film , Channel Partners Expo And Conference , Feria RIO2C



, Feria Internacional Expo Energía Perú, Automotive Meetings , World Of Coffee , Mercado Internacional De Films De Animación De Annecy - MIFA, Customer Contact Week - CCW , NAFSA , Biofach Nürnberg, Alemania, Swimweek , Feria Internacional Curve New York Agosto , Playtime New York , Feria Internacional Magic Agosto , Mercado GIRART, Gamescom , Expo Nacional Ferretera , External Development Summit XDS , Toronto International Film Festival - TIFF , Iberseries , CLAB , EAIE , MOMAD Madrid , Feria Internacional Coterie NY Sep , Feria Internacional BICI EXPO , Fruit Attraction , Sial Paris , PMA Global Produce & Floral Show , Mipcom , Feria Internacional Womex Octubre , Feria Internacional BIME Bilbao Octubre , PLMA , AAPdEX , Mipcancun , Feria Internacional Del Libro De Guadalajara y Expo Relación Cliente IFAES.

Showrooms:

Se realizaron cincoshowroom presenciales o virtuales para dar a conocer la oferta a los compradores internacionales con la participación de más de 50 empresarios de 8 departamentos colombianos: Feria Artesanal Alianza del Pacífico Ciudad de México, Showroom Bike Brasil, Showroom Materiales de Construcción Puerto Rico y República Dominicana, Show Room Paraiso Swimweek y 6ta Edición Showroom Flores Canadá.

Promoción venta de vivienda en Colombia: en alianza con Camacol y un grupo representativo de empresarios constructores se diseñó la estrategia para promover la venta de vivienda a colombianos no residentes y extranjeros. Se realizó el lanzamiento de la campaña "Tu casa en Colombia, tú mejor destino", la guía legal en donde se explica el paso a paso para comprar vivienda en Colombia y la divulgación en los cinco mercados priorizados. Así mismo, entre el 15 de agosto y 30 de septiembre del 2022 se desarrolló el primer Tradeshow de Vivienda virtual, en donde 20 constructoras colombianas (6 miPymes), tuvieron la oportunidad de mostrar 74 proyectos de vivienda nueva, a 182 visitantes.

Herramientas digitales y otras iniciativas

ProColombia desarrolló y potenció varias herramientas de promoción digital, con el fin de dar a conocer la oferta Colombia y facilitar su conocimiento durante los 365 días a los potenciales compradores internacionales.

- **Design Room Colombia** plataforma digital enfocada en el diseño y la decoración que resalta el talento de los colombianos. Fue creada junto con la Cámara de Comercio de Bogotá. Esta vitrina cuenta actualmente con la participación de 20 empresas que acercan las propuestas de nuestro país a los mercados internacionales. En total ha tenido 21.550 sesiones desde su lanzamiento en 2020 a cierre 2022.
- **Colombian B2B marketplace:** plataforma diseñada y lanzada en el 2020 para conectar a los compradores internacionales con los empresarios colombianos tuvo, en el 2022, 464.819 usuarios, 2,97% más que en 2021. Esta plataforma funciona como un Marketplace, donde se muestra la oferta colombiana exportable y dónde los compradores internacionales interesados pueden contactar directamente a las empresas colombianas. Contiene la información de la oferta exportable que se integra y otras herramientas como el B2B Tradeshow o los Showcases. Puede ser visitado en la dirección:



<https://b2bmarketplace.ProColombia.co/es>. En 2022, se está adelantando un proyecto de Matchmaking, que va a evolucionar la plataforma para incluir un sistema de recomendación que permite conectar compradores internacionales y empresas colombianas a través de un algoritmo de machine learning el cual aprenderá de los intereses y patrones de búsqueda de los usuarios en la plataforma. Así mismo, se incluyen nuevas funcionales, como:

- Interacción en tiempo real entre las empresas colombianas y los compradores internacionales a través de un servicio de mensajería desarrollado en la plataforma.
 - Creación automática de oportunidades a través de la integración con el CRM, que le permitirá a los funcionarios hacer el seguimiento.
 - Automatización de procesos con la creación de catálogos de oferta especializada a la medida para compradores internacionales.
- **El Origen de Nuestro Origen una experiencia virtual:** es una experiencia 360°, donde el comprador internacional tiene la posibilidad de conocer las fábricas, producción y puntos de venta de las empresas exportadoras. Esta herramienta tuvo más de 33.000 visitas durante su lanzamiento en la MCR Américas virtual. Se puede conocer en: <https://ourorigin.colombiatrader.com.co/>. Durante 2022 se alcanzaron 3.901 sesiones iniciadas en la plataforma.
 - **Tablero de compradores de Internacionales:** en 2022, en un trabajo conjunto con la empresa Quantil se desarrolló un Tablero Interactivo el cual busca apoyar la gestión comercial al identificar empresas en el exterior que sean potenciales compradores de exportaciones colombianas para 5 mercados priorizados: Alemania, Brasil, China, Estados Unidos y México. El desarrollo se hizo implementando algoritmos de Inteligencia Artificial y centraliza y enriquece la información (DANE-DIAN, bases de datos, CRM).
 - **Radar de competitividad:** es una herramienta que busca complementar la línea de servicio 3E por medio de información estadística, que le permita al empresario evaluar cuantitativamente la competitividad de su producto en un mercado determinado y los aspectos a trabajar dentro del nuevo modelo de negocio internacional.
 - **Colombian B2B TradeShow:** espacio de exhibición virtual que brinda una plataforma ideal para que los productos y servicios de origen colombiano sea exhibida. Aquí se reúne la oferta exportable hacia compradores internacionales. La plataforma permite acceder a la ofertas o temáticas puntuales además de contar con la opción de acordar citas de negocio uno a uno. <https://b2btradeshow.colombiatrader.com.co/>. En 2022 logró 3.943 sesiones siendo Colombia, Estados Unidos y Chile los países que más reportaron accesos durante el año.
 - **“Export Access”:** es una herramienta virtual desarrollada con el apoyo del BID en América dirigida especialmente a las MiPymes. Permite acceder a información sobre requisitos no arancelarios como medidas sanitarias, requisitos ambientales, permisos, licencias, etiquetado y empaque, entre otros; para que los productos puedan llegar a los diferentes mercados con mayor facilidad. Actualmente, cuenta con información de más de 5.600 subpartidas



arancelarias de 10 mercados en América. Para el funcionamiento de este proyecto se han hecho alianzas estratégicas con entidades de promoción de otros países y organismos que han apoyado en el proceso de divulgación como Andi, Analdex, Onudi, Legis, Araújo Ibarra, la Alianza del Pacífico y la Comunidad Andina.

En 2022, se realizó el lanzamiento de la herramienta de Export Access Servicios en el mes de octubre en el formato híbrido. Esta es una plataforma que tiene información relevante para la exportación de Servicios, en sus diferentes modalidades, como aspectos tributarios, cambiarios, retención en la fuente, repatriación de divisas, entre otra información de valor para aquellas empresas y emprendimientos que están buscando internacionalizarse.

- **Portal de Formación Exportadora:** conjunto de contenidos en videos en los cuales un grupo de expertos enseñan sobre diferentes temas relacionados al comercio exterior. Estos videos se encuentran publicados en <https://formacionexportadora.colombiatrader.com.co/herramientas-para-futuros-exportadores/preparesse-para-exportar/capsulas-de-alistamiento> y contienen 17 cursos y más de 80 videos. En el 2021 se realizó el lanzamiento de la plataforma y desde la fecha se lleva un total de 27.829 visualizaciones y 16.114 registros.

Adicionalmente se ofrece a los empresarios, las siguientes herramientas virtuales de logística: El Directorio de Distribución Física Internacional, Rutas y Tarifas de Transporte y un Simulador de Costos Logísticos que se pueden acceder en <http://www.colombiatrader.com.co/herramientas/dfi-directorio-de-distribucion-fisica-internacional>.

Resultados exportaciones obtenidos en el 2022

Producto del acompañamiento y gestión para poner en contacto a los exportadores colombianos con compradores internacionales mediante la realización de diferentes actividades comerciales, del seguimiento de las oportunidades de negocios que los empresarios han informado y de la alineación de ProColombia con los nuevos lineamientos de gobierno enmarcados en el plan “Colombia Potencia Mundial de la Vida” para el periodo 2022-2026, los principales resultados obtenidos durante el 2022 fueron los siguientes:

- 3.070 empresas de 23 departamentos (74% Mipymes) informaron haber realizado negocios por US\$6.732 millones (6% más que en el 2021) para un cumplimiento del 105% de la meta del año (US\$6.400 millones).
- Los negocios fueron realizados con 7.904 compradores de 142 países. El 88% del valor de los negocios reportados se realizaron con compradores de mercados con acuerdos comerciales.
- Las empresas colombianas iniciaron 71 proyectos de expansión en mercados internacionales. Fueron 71 empresas de 11 departamentos acompañadas por ProColombia las que iniciaron sus proyectos de expansión en 15 países mediante operación directa o alianzas estratégicas que les permitan aumentar la competitividad empresarial o



potencializar las exportaciones. El valor de los proyectos fue estimado por los empresarios en US\$36 millones.

- **Fábricas de internacionalización:** 1.112 empresas inscritas en la Convocatoria 2022 Bienes y Servicios realizada durante el año, donde 313 empresas han sido aceptadas. Durante el 2022 se prestaron servicios a 394 empresas y desde el inicio de la estrategia se han prestado servicios a 686 empresas de 23 departamentos, de las cuales el 98% son Mipymes de acuerdo con la información presentada por los empresarios. De las empresas atendidas, 148 empresas informaron negocios de exportaciones en 2022 por un monto de US\$102,9 millones.
- **E-commerce:** desde el inicio de la estrategia 2.963 empresarios fueron capacitados, 731 cuentas abiertas en más de 90 marketplaces en el mundo y 324 cuentas han realizado ventas por US\$34,4 millones a través de este canal. En 2022, 13 empresas abrieron cuenta en Amazon, eBay y otros marketplace; y 15 vendieron US\$1,1 millones en esas plataformas. Adicionalmente, a través de nuestras oficinas en el exterior, 234 empresas abrieron cuenta en algún Marketplace local y 100 empresas hicieron ventas por US\$9,0 millones en marketplaces y canales digitales.
- Con el fin de identificar y motivar más empresas a exportar, se realizaron 35 Futurexpo y 355 seminarios con la participaron 46.109 personas naturales.

Casos de éxito de nuevos productos en mercados

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

- **Frijol a Estados Unidos:** más de 250 excombatientes de las FARC cultivan frijol cargamento en la vereda La Fila, del municipio de Icononzo, Tolima, con destino a Estados Unidos, a través de la multinacional Goya Foods. En el primer semestre del año 2022 exportaron 15 toneladas.
- **Mango a Estados Unidos:** mango colombiano llega por primera vez a los Estados Unidos en diciembre del 2022. Colombia exportó su primer contenedor de mango fresco a los Estados Unidos, cultivados en Palmira y empacado en Frutales Las Lajas en Zarzal, Valle del Cauca. Después de lograr el acceso sanitario para su exportación, el mango colombiano llegó por primera vez al Puerto de Savannah, Georgia, el próximo 27 de diciembre. Esta primera exportación se da luego de que en 2021, y tras varios años de trabajo conjunto entre las entidades del Gobierno, el Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal de Estados Unidos aprobara el ingreso del mango colombiano.
- **Pimentón a Estados Unidos:** el 22 de septiembre de 2022 se exportó a Estados Unidos el primer cargamento de pimentón colombiano. Esta primera exportación se da luego de que tanto el productor como el exportador, de la mano con el Instituto Colombiano Agropecuario



(ICA), cumplieran con los diferentes requisitos fitosanitarios establecidos por la autoridad sanitaria de Estados Unidos.

- **Naranja a República Dominicana:** luego de lograr la admisibilidad de naranja a República Dominicana, en julio del 2022 se despachó la primera exportación de naranja colombiana al mercado caribeño. La exportación fue de aproximadamente 23 toneladas.
- **Flores a China:** la empresa Liwi Flor eterna SAS ubicada en Guainía, exporto flores por primera vez a China en el 2022. La empresa inició su proceso de internacionalización hace más de 10 años con la flor de Inírida, sembrada por mujeres campesinas y poblaciones indígenas. En octubre de 2022 la empresa logró exportar por primera vez a China y Estados Unidos. Según la empresaria, en este momento logran enviar al exterior aproximadamente 30% de su producción. Próximamente esperan poder hacer envíos a España.
- **Juan Valdez - Turquía:** el 3 de abril del 2022 Juan Valdez abrió su primera tienda en Estambul. Procafecol (Juan Valdez) y Honest Holding (comprador) cerraron un negocio a través del cual abrieron la primera tienda de JUAN VALDEZ en Turquía y están organizando el plan de trabajo para la distribución de los productos de la empresa colombiana en retail y en e-commerce. Asimismo, Juan Valdez proyecta tener 50 tiendas en Turquía en los próximos 5 años, de las cuales 12 estarán listas en diciembre del presente año. Es importante mencionar, que en el año 2020, la empresa no exportaba al mercado turco. No obstante, en el 2021, obtuvo ventas por un valor de USD \$ 26.563 al país en referencia y en lo corrido del 2022 (noviembre) consolidó ventas por USD \$ 344.086.
- **Sumasacha exporta a Bélgica:** a finales de agosto la empresa Sumasacha realizó la primera exportación de 200 barriles de aceite de Sacha Inchi a Bélgica, después de una negociación de 5 meses. Esto significó la apertura de un nuevo mercado para la empresa que tiene Línea orgánica de todos sus productos.



NUEVAS FUENTES DE CRECIMIENTO - TURISMO INTERNACIONAL

Con el propósito de mantener vigente a Colombia como destino turístico, ProColombia gestionó las siguientes acciones de manera que se siguiera apoyando la reactivación de la industria y se volviera a la senda del crecimiento que se tenía antes de la pandemia.

Principales Actividades de Promoción

Con el fin de mantener el contacto de los empresarios nacionales con la demanda internacional, se realizaron actividades tanto en Colombia como en los diferentes mercados priorizados.

Macrorruedas:

- **Colombia Travel Mart – CTM 2022:** es la macrorrueda de turismo más importante del país y una de las más destacadas de la región. Entre el 23 y el 25 de febrero se realizó de manera híbrida la quinceava edición, en esta oportunidad el primer día del encuentro se desarrolló virtualmente para compradores internacionales de mercados europeos, asiáticos, canadienses y estadounidenses, y los siguientes dos días de forma presencial en el marco de la Vitrina Turística de Anato. Durante la rueda internacional se realizaron citas entre 179 empresarios colombianos de 21 departamentos y 254 compradores de 31 países, que informaron expectativas de negocio por US\$39 millones. Por su parte, en la rueda de encadenamiento, se pusieron en contacto 110 empresas colombianas proveedoras de turismo, bienes y servicios con 70 empresas exportadores de la cadena de turismo, durante los cuales informaron oportunidades de negocio por \$4.256 millones de pesos.



- **Colombia Nature Travel Mart – CNTM 2022:** Entre el 14 y el 16 de septiembre se llevó a cabo la décima versión de la rueda de negocios especializada en naturaleza y aventura, el cual se ha venido consolidando como el principal escenario de encuentro de la oferta y demanda para este segmento. Se generaron citas entre 62 empresarios colombianos y 71 empresarios internacionales de 20 países, quienes reportaron expectativas de negocios por US\$9.4 millones. En el marco de este evento y por cuarto año consecutivo, también se realizó una Rueda de Encadenamiento en la que 96 proveedores se reunieron con 33 exportadores para generar alianzas. En esta se registraron expectativas de negocios por \$1.037,5 millones de pesos.



- **Ferias internacionales:** Colombia estuvo presente en 40 ferias internacionales en 17 mercados (Alemania, Argentina, Brasil, Chile, Corea del Sur, Costa Rica, España, Estados Unidos, Francia, Israel, México, Panamá, Puerto Rico, Reino Unido, República Dominicana, Suiza y Turquía) en las que participaron 108 empresas colombianas de 14 departamentos (Antioquia, Atlántico, Bolívar, Boyacá, Caldas, Cundinamarca, Huila, La Guajira, Magdalena, Quindío, Risaralda, San Andrés y Providencia, Santander y Valle del Cauca). Algunas de las ferias fueron: Adventure & Expedition Travel Virtual Roadshow, FITUR, Motivation Luxury Summit, ReThink South America, Routes Americas, GTM West, IMTM Tel Aviv, Travel and Adventure Show New York, Seatrade Cruise Global, The Essence of Luxury Travel Marbella, WTM Latinoamérica, ATTA Elevate, IMEX Frankfurt, TTE (Tour and Travel Exchange), FIEXPO Latin America, Forever Wedding Summit Querétaro, LATA EXPO, The Meeting Show, Foro de Turismo LGBT+ Rio de Janeiro, Global Bird Fair, BTE - Business Travel Expo, IBTM Américas, Korea International Tourism Show, Virtuoso Travel Week, World Meetings Forum, ABAV, Kite Parade Cumbuco, Top Resa, Travel Mart Latinamérica, Winds for Future, Adventure Travel World Summit (ATWS), FCCA Cruise Conference & Trade Show, FIT Argentina, IMEX América, World Routes, Signature Travel Network, USTOA Marketplace, Uzakrota Global Summit, WTM y



Product Presentation Turismo Tony Perez.

- **Presentaciones de destino:** Se realizaron 75 presentaciones de destino a agencias, mayoristas y tomadores de decisión de Argentina, Australia, Bélgica, Bolivia, Brasil, Canadá, Chile, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Estados Unidos, Francia, Guatemala, Honduras, Japón, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, Reino Unido, República Dominicana, Rusia, Uruguay y Venezuela.
- **Fam trips (viajes de familiarización) y press trips virtuales** con más de 700 participantes empresas mayoristas y medios de comunicación de 26 países. En esta oportunidad se destaca el "Mega Fam Alemania 2022 – Colombia, a must-see destination", realizado entre el 11 de mayo y el 1 de junio, en el que se realizaron cuatro viajes de familiarización con agentes y medios alemanes, quienes durante una semana conocieron la oferta turística cultural, de naturaleza, sol y playa de los siguientes destinos.: Cartagena, Santa Marta, Bogotá, Medellín y el Paisaje Cultural.
- **Semanas virtuales o workshops:** Fueron realizadas cinco semanas virtuales con el fin de inspirar a los mercados con experiencias turísticas atractivas y fidelizar las cuentas claves en los mercados objetivo. Estas fueron:
 - **Colombia Tourism Forum - Canadá 2022:** realizado en el mes de mayo. El primer día fueron realizadas las citas de la rueda de negocios y durante el segundo día se llevó a cabo la sesión académica para los exportadores asistentes. Dentro de los temas tratados estuvo la "Introducción al mercado canadiense: cómo funcionan los principales actores del mercado (agencias, operadores, entre otros), Quiénes son esos jugadores importantes del mercado y énfasis en turismo aventura.
 - **Gira comercial de Europa en Colombia 2022:** este año en mayo se desarrolló en Manizales la tercera edición de este evento. Previo a las citas de negocios se llevaron a campo tres viajes de familiarización lo cual permitió a los empresarios europeos conocer de primera mano la oferta turística colombiana en regiones como: Andes Occidentales Colombianos y el Gran Caribe Colombiano. Posteriormente se realizó la apertura y una actividad de "networking", después se llevó a cabo la rueda de negocios con más de 500 citas entre 25 compradores europeos y 30 empresarios colombianos.
 - **Workshop: Colombia USA Tourism Busines Forum 2022 + ReThink Southamerica:** fue realizada en Nueva York en el mes de mayo. En el primer día se desarrolló la agenda académica en la cual se tocaron temas como: "Colombia en el mercado estadounidense (Embajador de Colombia en Estados Unidos), "Incentive pulse survey (Nothstar)", "Resultados del estudio en materia de identificación del potencial de la oferta turística (Destination Analysis), la jornada cerró con un taller de estrategia. Durante los dos siguientes días se llevaron a cabo citas de negocios así como actividades de "networking" ambientada por una activación de musical, degustación con menú típico y entrega de premios de algunos empresarios nacionales participantes. El segundo día se llevó a cabo un panel con Argentina y Brasil moderado por la vicepresidente de LATAM Airlines.



Además fue presentado el vídeo del Manifiesto País.

- **Semana de Colombia en México 2022:** se llevó a cabo del 7 al 9 de junio. Se realizó la rueda de negocios durante las mañanas de los dos primeros días, se ofreció una rueda de prensa, fueron realizadas diferentes actividades espacio denominado "Experiencias con Encanto", dentro de las cuales estaban: "Viajar por la gastronomía Colombiana - degustación en seis tiempo (Aeroméxico)", dos sesiones para "Degustar el café más premiado de Colombia (Juan Pablo Villota - Copa)"; "Ritmos y sabores de Colombia (Avianca)", "Descubriendo Colombia a través de una cata con el café más suave del mundo (Hamak Hotels)", dos sesiones de "Viva Aerobus llegó a Medellín y te invita a disfrutar su gastronomía", dos sesiones de "Descubriendo Colombia a través de sus seis regiones (Volaris y MPI)" y "Ritmos y sabores del Colombia (Avianca).
- **Semana de Turismo en ExpoDubai:** Entre el 21 y el 26 de marzo se llevó a cabo la Semana del Turismo en Expo Dubái en el marco de la Semana de la Inversión. Se desarrolló una agenda que incluyó visitas a aerolíneas (Emirates y Etihad Airways), hoteles que ofrecen experiencias de lujo propias de los emiratos con el fin de conocer buenas prácticas, un espacio con el Halal Trade and Marketing Center, visita a Masdar city, ciudad pionera en sostenibilidad, reunión con agencias de viaje, visita a Marhaba (empresa de servicios para aeropuertos que brinda una experiencia VIP a los viajeros), visita al Museo del Futuro en el cual se llevó a cabo un evento de innovación de la OMT, participación en el Global Bussines Forum, que se realizó dentro de la Expo, un evento de networking en conjunto con el eje de Inversión; entre otras actividades. Adicionalmente, se realizó visita al pabellón de Colombia (el cual cuenta con activaciones de las regiones turísticas, un photobooth de la película Encanto, muestras en torno al café y a la cultura colombiana, entre otras acciones), y a los demás pabellones de la Expo Dubái.

Premios de Turismo de Colombia CO:

En esta oportunidad se premiaron 9 iniciativas y un reconocimiento especial, así:

- Aporte de la cultura al turismo: WOWCO, con su iniciativa "Los grafitis bordados de la comuna 1".
- Atracción de eventos en equipo: Instituto Distrital de Turismo, por el Encuentro de las Américas de Turismo Social, de la Organización Internacional de Turismo Social ISTO – 2022.
- Digitalmente sorprendente: VIVA AIR, con su iniciativa "Vamos a tomarnos Colombia".
- El encanto hecho noticia: Itinerant Lawyer, con su documental "Pejebongo".
- El presente del turismo: Hotel Isla del Encanto, Barú, por su compromiso con la conservación protección y buen manejo de los recursos naturales, fortalecimiento de la responsabilidad social y cultural de las comunidades.
- Eventos que impactan: FOODIES con su iniciativa de "Fiesta de Barrio".
- Posicionamiento de regiones con encanto: Acotur, con su programa "Territorios con Oportunidad", orientado a destinos emergentes en municipios que hacen parte del Programa de Desarrollo con Enfoque Territorial – PDET.



- Turismo para todos, experiencias diversas e inclusivas: La Unión Coffee Farm, con su experiencia "Ver las Aves con las Manos".
- Turismo que deja un legado: Manakin, con su iniciativa "Yo salvo al águila arpía, Turismo, Conservación y Comunidad".
- Reconocimiento al Esfuerzo por Conectarnos: VIVA AIR y Aeropuerto El Dorado

Además, se contó con más de 15 aliados nacionales e internacionales, quienes apoyaron el proceso y patrocinaron los diversos premios, ellos son: El evento contó con la participación de aliados nacionales e internacionales, como: la Official Aviation Guide (OAG), Tourism Cares, Tock Projects, SITE, Acotur, Asoeventos, Egocity, Fundación Mano Cambiada, SIPPO, el Consejo Iberoamericano de Diseño, Ciudad y Construcción Accesible, Global Destination Sustainability Movement, la Embajada Británica en Colombia, Anato, la Universidad de La Sabana, ONG Regenera, el Portal Estratégico de Información de la Industria de Reuniones y el Consejo Global de Turismo Sostenible.

En este mismo espacio, fue realizado el lanzamiento del Manual para guías del río Magdalena: CONvivir, CONocer, CONservar. Este resalta la importancia del turismo cultural brindando herramientas tanto para los guías como para los nuevos actores de la cadena de valor del sector turismo.

Posicionamiento de Colombia como un destino sostenible y de alta calidad

Conscientes del inmenso potencial de esta industria, ProColombia continuó trabajando activamente en Posicionar a Colombia como un destino sostenible y de alta calidad, impulsar el desarrollo territorial mediante la conectividad, promover a nuestro país desde una perspectiva regional, Posicionar al país como líder en el desarrollo de eventos en Latinoamérica, continuar la transición hacia esquemas de comercialización B2C y apoyar la promoción proyectos de infraestructura turística. De acuerdo con las prioridades mencionadas, a continuación, se exponen las actividades desarrolladas.

Durante 2022 ProColombia contó con una estrategia de desarrollo y promoción a través de sus productos regionales, haciendo de la industria uno de los principales generadores de divisas y empleo para el país.

En pro de posicionar a Colombia como destino #1 en sostenibilidad en la región fueron definidos los siguientes mensajes: Colombia es el segundo país más biodiverso del mundo; Tiene 314 tipos de ecosistemas; Es el único país de América del Sur que tiene acceso a dos océanos y hace parte de los 21 países del mundo con esta condición; Ocupa el sexto puesto en el ranking de países con más fuentes hídricas; Está entre los 15 países con mayor área de cobertura forestal; Es el primer país con mayor diversidad de aves, orquídeas y mariposas, el segundo país con mayor riqueza de anfibios y plantas, el tercer país con mayor diversidad de reptiles y palmas, y el sexto país con mayor diversidad de mamíferos; Las comunidades son el mejor intérprete de la biodiversidad del territorio; 6 regiones turísticas, 6 países diferentes en su solo viaje; El turismo como motor de transformación social.



Además de lo anterior, a continuación, se expone el **plan de trabajo** para las 4 líneas de acción definidas dentro de la estrategia:

- Preparación y formación a empresarios

En la promoción de los esquemas de formación entre los empresarios se impulsó el programa Colombia Turismo Sostenible a través de convocatorias para la participación de empresarios en actividades de promoción y formación. De igual manera se trabajó en la articulación con el Viceministerio de turismo, Colombia Productiva y la GIZ - Sociedad Alemana de Cooperación Internacional, para ofrecer consultorías a profundidad con el objetivo de beneficiar a empresarios buscando que reduzcan sus impactos negativos socioambientales.

También se trabajó un componente de sostenibilidad turística por medio de 4 misiones de aprendizaje:

- Misión de Naturaleza y Sostenibilidad en Costa Rica, 21 empresarios colombianos participantes en la capacitación sobre el modelo de gestión turística de Costa Rica, país reconocido por la implementación de la sostenibilidad en toda la cadena de valor. Así mismo recibieron consultoría de aplicación de aprendizajes en su operación y contribuir con la promoción de un destino sostenible.
- Misión de Turismo Comunitario en Perú, 16 empresarios participantes. Esta misión permitirá buscar el fortalecimiento de la oferta actual de este producto en desarrollo. Conocieron el modelo de gestión de comunidades que ofrecen experiencias culturales y gastronómicas basadas en el respeto y mejora de las condiciones de vida de las comunidades.
- Misión de Turismo Romance, 15 empresarios participantes conocieron el desarrollo del producto en México, específicamente para despedidas de soltero, bodas, entre otras celebraciones que contemplan el manejo responsable de energía, agua y residuos.
- Misión pymes FIT Argentina en la que participaron 24 empresarios nacionales de 10 departamentos del país. Contaron con espacio para socialización para generar apropiación de conocimiento. Tuvieron la oportunidad de vivir experiencia de networking y encuentro con compradores argentinos quienes compartieron su visión de cómo sería vender a Colombia como destino. También tuvieron acercamiento con experiencias urbanas, ecoturísticas alrededor del "mate" y de las comunicadas de la "Ruta de la yerba mate", así como conocer los encadenamientos alrededor de Iguazú y las posibilidades desarrollo en destino con actividades sostenibles.
- Espacios de encadenamiento y de capacitación en acciones de legado. En el marco de MoU (Memorandum of Understanding) con WWF (World Wide Fund for Nature) se realizó capacitación sobre las acciones de conservación ambiental adelantadas por esta organización. Por otro lado, se exploraron acciones con los clústeres de turismo para identificación y socialización de acciones de legado.
- Certificaciones de sostenibilidad. Se apoyó desde ProColombia la actualización de

certificaciones para establecimientos de alojamiento. Lo cual estará disponible en la Guía Práctica de Sostenibilidad para Establecimientos de Alojamiento.

- **Formación de funcionarios.** Capacitación como parte del plan de trabajo con SIPPO - Programa Suizo de Promoción de Importaciones, sobre el desarrollo de misiones de aprendizaje para implementar prácticas que fomenten la sostenibilidad y la eficiencia en el aprendizaje durante la planeación y ejecución de este tipo de actividades. Así mismo realizaron reuniones con WWF- World Wide Fund for Nature, Calanoa y Metropolitan Touring en las que los funcionarios conocieron las herramientas y metodologías para desarrollar acciones de conservación ambiental en el marco de la operación turística. Adicionalmente fueron gestionadas cuatro becas (50%) para acceder a curso de turismo sostenible y negocios verdes ofrecidos por expertos certificados de la mano de la OIT (Organización Internacional del Trabajo).
- **Herramientas internas para la consolidación de la estrategia de turismo sostenible**
 - Portafolio de experiencias turísticas sostenibles en el que se destacan a las empresas referentes en sostenibilidad turística. Lo anterior acompañado de espacios para promover entre los empresarios la creación de experiencias turísticas sostenibles que se adelantan desde el Club de Producto.
 - Construcción de la estrategia para la inversión en infraestructura turística sostenible. Se está construyendo la estrategia para promover la atracción de inversión bajo iniciativas sostenibles, identificando oportunidades con potencial en municipios de menos de 200.000 habitantes, municipios PDET y en productos priorizados de acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026. Adicionalmente, se dio inicio en la encuesta dirigida a empresarios colombianos para contribuir en la construcción de la estrategia.
 - Comité de Promoción de Turismo Sostenible. Se conformó al interior de ProColombia y cuenta con un representante de cada una de las áreas que trabajan con el sector de turismo. Fue creado con el fin de fortalecer el plan de trabajo y aporte en la construcción de una estrategia sólida y orientada a la implementación de prácticas sostenibles en el sector.
 - Industria de reuniones. Se enfocó en transmitir la importancia de la sostenibilidad para los eventos internacionales en diferentes espacios como: foros, cumbres y diferentes reuniones, lo cual ha permitido conocer las perspectivas de los actores de esta industria frente a la sostenibilidad.
- **Herramientas de comunicación y difusión**
 - Identificación de **premios y reconocimientos de sostenibilidad**. Con el fin de dar a conocer la estrategia de sostenibilidad a nivel internacional se realizaron 3 postulaciones: Braztoa Awards, WTPO Awards y Wanderlust Sustainability Initiative. Adicionalmente, en los Premios Nacionales Colombia CO, fueron incluidas cuatro categorías: El presente del turismo; Eventos que impacta; Turismo para todos, experiencias diversas e inclusivas; y Turismo que deja un legado.
 - Participación en actividades de promoción y comunicación de la estrategia de sostenibilidad en el marco de ferias/misiones/workshops. Continuando con la



identificación de espacios para la difusión de la estrategia de sostenibilidad, se participó en el WTTTC & Puerto Rico Sustainability + Investment Summit, haciendo parte de la agenda académica. En el marco del Semana de Colombia en México 2022 se atendió agenda con medios del mercado.

- **Fams y press sostenibles.** Fueron realizados 6 viajes de familiarización en el marco de Colombia Nature Travel Mart 2022, en los que se adoptaron el componente de sostenibilidad dentro de la operación turística y realizaron medición de la huella de carbono mediante la herramienta ofrecida por WWF y otras disponibles para tal fin. Adicionalmente contribuyeron con el propósito de tener una oferta especializada enfocada en la atracción de turistas de alto gasto y responsables con el entorno. Así mismo se promocionaron experiencias ofrecidas por comunidades que han encontrado en el turismo un motor de crecimiento económico.
- **Rueda de negocios Colombia Nature Travel Mart 2022.** Fueron implementadas buenas prácticas en el manejo de residuos, plásticos, proveedores, uso de impresiones, entre otros elementos que buscan sentar un precedente para los eventos organizados por ProColombia. Adicionalmente se realizó medición de la huella ecológica de la mano de WWF.
- **Winds for future – Cumbuco, Brasil.** Feria en la que se presentó la oferta del país como destino turístico sostenible y de kitsurf. Se hizo presencia institucional en compañía de la Gobernación del Atlántico, Cotelco-Atlántico, Indeportes Atlántico y empresarios especializados en deportes acuáticos.
- **I Foro de turismo sostenible.** El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a través de ProColombia y con el apoyo de WWF Colombia, organizó el primero foro del turismo sostenible, evento en el que participaron representantes de autoridades de Bolivia, Costa Rica y Argentina compartiendo los procesos que han desarrollado desde la política pública para implementar la sostenibilidad en el turismo. Además, la WWF dio a conocer proyectos comunitarios de turismo enfocados en la conservación ambiental y la transformación social. 562 participantes presenciales y virtuales.
- **Conversatorio sostenibilidad Alianza Pacífico.** Se compartieron avances en materia de promoción y desarrollo de turismo sostenible del país con público profesional de México, Chile y Perú.

▪ **Articulación interinstitucional y alianzas**

- Articulación con el Viceministerio de turismo para la implementación de la política de turismo sostenible. Se estableció plan de trabajo para desarrollar acciones que contribuyan con la implementación de la política “Unidos por la Naturaleza” las cuales fueron mencionadas anteriormente.
- Desarrollar un plan de trabajo con organizaciones internacionales. Se firmó un MOU (Memorandum of Understanding) con WWF (World Wide Fund for Nature) “Unidos por una Colombia biodiversa y sostenible” con el objetivo desarrollar acciones bajo los siguientes pilares: Alianzas estratégicas y red de contacto, Turismo sostenible con enfoque territorial, Llamado a la acción, Divulgación y promoción, Formación y capacitación. A este respecto algunas de las victorias tempranas son: Adhesión de Marca País a las campañas “Un Mundo sin Naturaleza” y “La Hora del Planeta”; Programa de



- capacitación de funcionarios "Juntos es Posible"; y vinculación de WWF a las agendas académicas de los eventos institucionales.
- Por otra parte con SIPPO - - Programa Suizo de Promoción de Importaciones principal aliado de ProColombia en temas de sostenibilidad, se desarrollaron las siguientes acciones: Taller para el desarrollo de experiencias y productos de sostenibilidad turística complementada con la misión de naturaleza a Costa Rica (incluye taller) mencionado anteriormente; taller de SIPPO al interior de ProColombia; Destination promotion toolbox, con capacitaciones a funcionarios para fortalecimiento en la prestación de servicios a empresarios.
 - Intercambio de buenas prácticas con países de la región. Se avanzó en el relacionamiento con las autoridades de turismo de Argentina, Perú, Ecuador, Chile, Paraguay, Uruguay y Bolivia. Espacios en los que se promovió el intercambio de buenas prácticas alrededor del turismo sostenible. Dentro de los temas están: Promoción de destino con enfoque de sostenibilidad, Certificaciones de sostenibilidad para destino y empresarios, Mejoramiento de la infraestructura, Normatividad y directrices nacionales de turismo sostenible, Indicadores para la medición del turismo sostenible, Beneficios para empresarios con oferta sostenible, esquemas de formación y capacitación, Sensibilización al sector privado.
 - Alianzas con organizaciones relevantes para la sostenibilidad. Se han desarrollado alianzas con diferentes organizaciones que permiten identificar recurso técnicos y económicos para la realización de las actividades del plan de trabajo dentro de las cuales se destacan: 1) Hospitality Sustainability Revolution, plan de trabajo para el sector de reuniones enfocado en establecimiento de alojamiento, se realizó: Presentación de servicios y portafolio a hoteles en Colombia, Demo curso Green Team y Apoyo en la Vitrina de Soluciones Sostenibles; 2) Telefónica Colombia, exploración de servicios tecnológicos al servicios del turismo sostenible, mapas de calor y herramientas que promueven la gestión sostenible del destino. Además de participación en el I Foro de Turismo Sostenible como panelistas del espacio para aliados. 3) The Carbon Sink, organización enfocada en la medición de huella de carbono en Colombia.travel disponible para turistas, operadores y destinos. 4) AirFrance KLM, se acuerda con la aerolínea respaldar las iniciativas que están adelantando para promover la transición hacia combustibles sostenibles por parte de todos los actores involucrados en la conectividad aérea.
 - Plan de trabajo con el Banco de Desarrollo para América Latina – CAF. Realizada primera reunión con representantes CAF para evaluar sectores priorizados que requieren inversión, desde la perspectiva de la sostenibilidad, en turismo. ProColombia manifestó la intención de hacer parte del piloto que desde la CAF quiere impulsar en su línea de turismo.

Impulsar el desarrollo territorial mediante la conectividad:

En diciembre 2022, se contaba con 1.317 vuelos internacionales semanales y 234.928 sillas internacionales semanales conectando a Colombia con el mundo, lo que significa una recuperación del 120% y 112% respectivamente frente a febrero de 2020. Estos vuelos operados por 29 aerolíneas conectan diez de las principales ciudades del país con 26 países de América



del Norte, América Central y el Caribe, América del Sur y Europa.

En este año entraron en operación las siguientes 33 rutas aéreas: SARPA SAS con la ruta Aruba-Barranquilla; AVIANCA con las rutas Ciudad de México-Medellín y Cali, San José-Cartagena y Medellín, Orlando-Medellín (suspendida), Miami-Bucaramanga, Pereira y Santa Marta, New York-Pereira; VivaAir con las rutas Cancún-Cali (suspendida), Punta Cana-Medellín, Buenos Aires-Bogotá y Medellín, Sao Paulo-Medellín, Ciudad de México-Cartagena; Wingo con las rutas Santo Domingo-Medellín, Aruba-Medellín, La Habana-Medellín, Ciudad de Panamá (aeropuerto Balboa)-Barranquilla; LATAM con la ruta Quito-Bogotá; SKY AIRLINES con la ruta Lima-Bogotá (suspendida); Viva Aerobus con las rutas Cancún-Medellín (suspendida), Ciudad de México-Medellín (Suspendida), Guadalajara-Bogotá; Copa Airlines con la ruta Ciudad de Panamá-Santa Marta; Volaris con la ruta San José-Bogotá; Plus Ultra Líneas Aéreas con la ruta Madrid-Bogotá; Arajet: Santo Domingo-Barranquilla, Cartagena, Cali, Medellín y Bogotá.

También, se hizo presencia en Routes Américas 2022 feria que se llevó a cabo del 15 al 17 de febrero, en San Antonio, Texas. El modelo de participación unificado desarrollado por ProColombia con los aeropuertos internacionales del país permite posicionar a Colombia como destino, establecer relaciones con las aerolíneas y buscar el incremento de la conectividad aérea del país. Esta feria reúne a los tomadores de decisiones de las aerolíneas internacionales y de los aeropuertos por lo que es un espacio que permite llegar a evaluar de primera mano la posibilidad de incrementar la conectividad internacional del país. Se atendieron 32 citas con 17 aerolíneas, 10 aeropuertos y 5 proveedores de la industria aeronáutica. Adicionalmente, Pereira tuvo 12 citas, Cartagena 29 y Cali 18.

De igual forma, se participó en World Routes que se llevó a cabo entre el 16 y 18 de octubre en Las Vegas, Estados Unidos. En el marco de este evento que reúne aeropuertos, aerolíneas y autoridades de turismo de todo el mundo con el objetivo de crear nuevas rutas aéreas y promover destinos turísticos. Se atendieron 28 reuniones con 22 aerolíneas, 4 destinos, 2 proveedores de la industria aeronáutica y otros aliados presentes.

Conectividad marítima:

En cuanto a cruceros, Colombia mantuvo activa su participación el Task Force de las Américas organizado por la Florida Caribbean Cruise Association - FCCA teniendo como resultado la apertura al 100% de nuestros destinos con operación de cruceros, por lo cual, hasta noviembre 2022, se ha recibido la llegada de 24 líneas de cruceros con 112.671 con un crecimiento del 496% comparado con 2021. Entre estos arribos y gracias a la articulación entre el sector público privado, se logró abrir por primera vez destinos para el recibimiento de cruceros expedicionarios como Sapzurro, Capurganá, Golfo de Morrosquillo con excursiones en Tuchín, Lorica y la Bahía de Cispatá. Adicionalmente el itinerario de la línea de cruceros Lindblad de National Geographic con su barco National Geographic Quest con capacidad para 100 pasajeros, incluyó arribos en Santa Cruz del Islote.

Además, se participó en eventos especializados de la industria de cruceros a nivel mundial como Seatrade Cruise Global y la FCCA Cruise Conference, las cuales permitieron promocionar



las regiones colombianas: Gran Caribe y Pacífico Colombiano. En estas se tuvo la oportunidad de coordinar jornadas de reclutamiento para que colombianos puedan trabajar a bordo de cruceros de la línea MSC Cruises, en Buenaventura, Bogotá y Cartagena en donde se presentaron un total de 372 candidatos con un 60% de aprobación para continuar con su proceso de vinculación.

Por otra parte, junto con AQUILA el centro de experiencias de cruceros que ofrece capacitación y asesorías para puertos, destinos y operadores alrededor del mundo, se realizó entrenamiento a más de 80 participantes entre guías de turismo, establecimientos comerciales, puertos y tour operadores con el objetivo de brindar herramientas a los diferentes actores de la industria que les permitan ofrecer experiencias con altos estándares de calidad a los visitantes.

Posicionar al país como líder en el desarrollo de eventos en Latinoamérica.

348 eventos fueron captados por empresarios y asociaciones (86 viajes de incentivos, 124 otros eventos, 73 convenciones, 56 congresos y 9 deportivos) de 33 países para ser realizados en 12 departamentos, se estima una participación de 71.633 personas, para un cumplimiento del 290% de la meta del año. Estos eventos se realizarán entre 2022 y 2027 y siete de estos eventos captados tienen como destino de realización 3 municipios PDET de igual número de departamentos.

Del total de eventos captados en 2022 se destacan los siguientes:

- Cineposium 2022: Congreso captado a través del Programa Embajadores de la Industria de Reuniones por la embajadora Silvia Echeverri – directora de Proimágenes. Se realizó en la ciudad de Bogotá del 20 al 22 de septiembre y al cual asistieron alrededor de 200 participantes.
- International Public Relationship Network (IPRN) 2022: Evento realizado en la ciudad de Cartagena del 23 al 27 de septiembre, en el cual participaron 60 internacionales provenientes de Estados Unidos y otros 50 mercados internacionales.
- Congreso Mundial de Psiquiatría 2022 - World Psychiatric Association: Congreso realizado en la ciudad de Cartagena del 22 al 25 de febrero y contó con la participación de 342 médicos internacionales provenientes de 17 mercados.
- XXIII Congreso Mundial de Gerontología y Geriátrica 2023: Este congreso se realizará en la ciudad de Medellín del 17 al 20 de mayo de 2023 y se esperan alrededor de 1.400 participantes provenientes de mercados como Caribe, México, Costa Rica y España.

Por otra parte, el “Programa Embajadores de la Industria de Reuniones de Colombia”, iniciativa que hace parte de la estrategia para impulsar la industria, continuar promocionando al país como sede de eventos internacionales y aumentar la competitividad en el sector. Desde su lanzamiento (en 2021) se cuenta con 25 empresarios comprometidos para seguir impulsando la industria. En 2022 se vincularon los siguientes cuatro embajadores: 1) Alvaro Ríos, CEO at Human Assistive Technologies, Startup Mentor-Seedstars (México D.F., México); 2) Oscar de las Salas, Arquitecto Gerente de Proyectos y Relación al Cliente (Phoenix, AR, Estados Unidos); 3) Muni Jensen, Senior Advisor - Albright Stinebridge Group (Washington, Estados Unidos) y 4) Angela Franco, Presidente de la Cámara de Comercio de Washington DC (Washington, Estados Unidos).



Con el apoyo de los embajadores del programa se fueron captados los siguientes siete eventos a realizarse en Bogotá, Cali, Cartagena y Medellín, entre 2022 y 2023, en los que se estima participación de más de 3.600 personas. Los eventos son: 1) CINEPOSIUM, Bogotá, septiembre 2022, 200 participantes; 2) LACNIC, Cali, mayo 2022, 510 participantes; 3) Congreso Mundial de Túneles, Medellín, a realizarse entre marzo y abril, 1.000 participantes; 4) Congreso Cornelia le Lage, Bogotá, noviembre 2022, 400 participantes; 5) Human Assistive Technologies, Bogotá, julio 2022, 50 participantes; 6) Convención Internacional IETS, Cartagena, octubre 2022, 120 participantes y 7) Congreso Latinoamericano de Geriátría y Gerontología, Medellín, mayo del 2023, se espera la asistencia de 1.400 participantes.

Por otra parte, ProColombia continuo con el proceso de **actualización y fortalecimiento del ecosistema digital**, proyecto orientado a la actualización de los activos digitales de turismo e inició la construcción del "Portal empresarial de turismo", como una herramienta digital orientada a aumentar el alcance de los servicios para empresarios del sector turismo, esta herramienta tendrá servicios nuevos en la industria y que facilitarán la formación y el encadenamiento comercial de prestadores de servicios. Se espera el proyecto finalice en 2023.

Finalmente, se trabajó en apoyar la **inversión en infraestructura turística**. Los empresarios reportaron a ProColombia el inicio de seis proyectos estimados en un monto de US\$182 millones y provenientes de tres países sumaron para el proceso de reactivación de la industria. Los proyectos son: 1) Un proyecto de Francia por US\$60 millones para la apertura Hotel resort en Barú departamento de Bolívar, con 187 habitaciones, posicionado en segmento de lujo; 2) Un proyecto de Estados Unidos por US\$40 millones correspondiente al 100% de la adquisición del hotel W ubicado en Bogotá; 3) Un proyecto de Estados Unidos por US\$22 millones para Hotel Karibana, bajo marca la Dreams Karibana Beach & Golf Resort en donde la compañía Apple Leisure Group opera nuevo hotel en Cartagena; 4) Un proyecto de Estados Unidos por US\$6 millones para la apertura del Hotel Tribute en Medellín; que cuenta con 78 habitaciones, en alianza con OXO Hoteles; 5) Un proyecto de Estados Unidos por US\$45 millones para proyecto hotelero en Santa Marta bajo la marca Hilton, con 261 habitaciones; 6) Un proyecto de España por US\$10 millones para edificio de vivienda turística en Medellín de la marca BE MATE, con 38 apartamentos, rooftop, gimnasio, parking y restaurante.

Formación, Preparación, Adecuación y Generación Productos y Experiencias:

- **Ruta exportadora de turismo** de ProColombia, creada con el objetivo de capacitar, asesorar y acompañar a los empresarios en su primer acercamiento comercial en el mercado internacional se logró: En el Programa de Formación, al cual se accede a través de las siguientes modalidades: Virtual, presencial o híbrida, se alcanzaron más de 12.000 asistentes en los 32 departamentos del país, con temas que han propiciado generación de contenidos para nueva oferta turística con enfoque para juventudes, comunidades rurales, etnoturismo, turismo urbano, LGBT, entre otros en las diferentes regiones del país.
- **Preparación y Adecuación**, se realizaron más de 150 asesorías personalizadas a más de 100 empresas de las diferentes regiones de país. De la mano de ProColombia los empresarios



que terminan el proceso de Preparación y Adecuación cuentan con la posibilidad de participar en actividades comerciales como ruedas de en encadenamiento, ruedas de negocios, ferias internacionales, workshops, entre otros, con el fin de realizar el primer acercamiento comercial. En 2022 fueron realizadas dos ruedas de encadenamiento donde los empresarios expusieron sus productos a compradores nacionales quienes conocieron la oferta y de encadenarlos en sus paquetes turísticos para lograr una oferta más competitiva y con mayor productividad.

Adicionalmente, se cuenta como complemento con dos servicios híbridos misiones de aprendizaje y club de producto.

- **Misiones de aprendizaje**, espacios internacionales donde se acerca al empresario de manera vivencial al producto y se aprende de este y del mercado. Durante este 2022 se realizaron 4 misiones de aprendizaje con diferentes enfoques de producto: Misión de turismo en vida salvaje y sostenibilidad en Costa Rica; Misión de Turismo Comunitario, en Perú, Misión para los ejes vacacional y reuniones en: Turismo Urbano, agroturismo y en reuniones: Bleisure e incentivos, Misión en Pueblos con Patrimonio y Agroturismo: España y Portugal.
- **Club de producto e innovación Turística de ProColombia** - CPIT, que tiene como objetivo desarrollar, para un segmento específico, nuevos productos o aumentar el valor de los existentes buscando destacar la riqueza en biodiversidad, beneficiando a las comunidades así como acorde con las tendencias y necesidades actuales de los mercados atendidos o para explorar nuevos con el fin de generar oportunidades bienestar económico y social en las regiones. Con coordinación y liderazgo de ProColombia. En 2022 se crearon diez nuevos productos turísticos gracias al trabajo realizado a través del Club con empresarios de diferentes regiones del país. El Club se organizó según la vocación turística de los participantes en cuatro grupos asociados a productos y una tipología empresarial específica: Cultura, Comunitario, Bienestar, Naturaleza y Alojamiento. De allí, cada uno de ellos obtuvo las siguientes denominaciones: Cultura "Colombia, una historia por descubrir"; Comunitario "Colombia, tradición y origen"; Bienestar "Soy esencia"; Naturaleza "Naturaleza EnContraste", y en el caso del grupo de Alojamiento - Colombia mil y una noches.

Derivados del grupo de Naturaleza, se gestaron cuatro productos específicos: "Aventura: Ciclomontañismo Colombia. Rodando EnContraste"; "Aventura: Trekking Colombia. Caminando EnContraste"; "Aviturismo Colombia. Aves EnContraste" y "Naturaleza General Colombia. Biodiversidad EnContraste". Así mismo, el grupo de Alojamiento - Colombia mil y una noches, dio origen a: "Frutos de la tierra y el alma verde: Agroturismo"; "Paz, magia y manantiales: Bienestar" y "Sabor, legado y café: Cultura".

A partir de los nuevos productos mencionados, las 47 empresas participantes desarrollaron más de 60 paquetes que cubren la oferta turística de 22 departamentos del país. Adicionalmente, los miembros del Club contaron con herramientas comerciales como el catálogo para el mercado internacional, showrooms y ruedas de encadenamiento. En estas últimas, las empresas realizaron sus primeros acercamientos comerciales viviendo de primera mano una experiencia de negociación, al tiempo que conocieron los procesos y avances



de los demás integrantes del Club. Se impartieron más de 20 sesiones de capacitación a los empresarios participantes en temas relacionados con diseño, fortalecimiento y comercialización de oferta turística para mercados internacionales.

- **Proyecto Enrutados**, durante el año 2022 se llevó a cabo el proceso de grabación y producción de los 10 videos promocionales al top 10 de las experiencias turísticas seleccionadas en el proyecto, dichos videos se encuentran en su etapa final de post-producción para posterior divulgación, tanto nacional como internacional, como herramientas de promoción internacional de la oferta del país.

Narrativas Regionales de Turismo:

En 2022, continuó la ejecución del proyecto por medio de las cuales se redescubre y resignifica la riqueza natural y cultural de las regiones en Colombia y se generan herramientas de promoción para empresarios y entidades regionales. Se realizaron diferentes actividades con el fin de dar cumplimiento a la divulgación y difusión de las Narrativas Regionales. En el marco de la rueda de negocios Colombia Travel Mart, realizada en febrero de 2022, se llevó a cabo una activación dirigida al público nacional dando a conocer los contenidos finales del proyecto: 33 revistas de cada departamento, más Bogotá, y 33 podcasts complementados con 33 libros, además de un toolkit con consejos para que los empresarios saquen el mayor provecho de estos contenidos.

Adicionalmente, desde ProColombia se enviaron copias impresas del material a las 33 autoridades departamentales y de Bogotá, con el fin de que distribuyan estos contenidos entre los empresarios del sector con el fin de lograr apropiación de las Narrativas Regionales de Turismo.

Campaña internacional y plan de medios.

Durante 2022 para el plan de medios general de turismo se plantearon como objetivos: Posicionar el nuevo manifiesto de turismo “El País Más Acogedor del Mundo” en los diferentes mercados foco; Mantener la comunicación de Colombia con foco de sostenibilidad, inclusión y turismo comunitario; Invitar a colombianos en el exterior a venir al país bajo la sombrilla bajo la sombrilla de ir a casa pero sin que se sienta como una campaña nueva; Mantener la reactivación de viajeros al país; Capitalizar momentos relevantes dentro de estacionalidad de marca (Lanzamiento Encanto); Llevar tráfico a Colombia.travel. Todos los anteriores bajo un objetivo transversal de posicionamiento de las regiones turísticas de Colombia junto sus Narrativas bajo una segmentación especializada por mercado.

Se implementaron acciones en medios que dieron los siguientes resultados: más de 300 millones de impresiones, más de 28 millones de views, más de 500 mil sesiones a colombia.travel y más de 600 viajeros a Colombia atribuibles al plan de medios. Con lo que se superaron las metas anuales establecidas.

Se aplicaron buenas prácticas derivadas del aprendizaje de años anteriores lo cual llevó en 2022



a hacer una segmentación por mercado apropiada e ideal de destinos y experiencias por mercado cuya efectividad se evidencia en un número de impresiones que cubrió ampliamente lo planeado en los medios digitales. Se resalta el especial interés de los países en Latinoamérica, particularmente de: Chile, Ecuador y Brasil. Adicionalmente se llevó tráfico a los podcasts de regiones (tanto en inglés como español) para continuar con el posicionamiento de las Narrativas Regionales, dado que el posicionamiento de las regiones se trabajó transversal al plan, con contenidos orientados a darlas a conocer. Las regiones que están actualmente más posicionadas y que consumen la mayoría de la pauta son: Gran Caribe Colombiano, Andes Orientales Colombianos y Andes Occidentales Colombianos.

Se destaca la creación del único City Tour que llega a los turistas estando a cientos de kilómetros de distancia. En estaciones de metro y paradas de bus de ciudades foco, los ciudadanos encontraron piezas invitándolos a transformar sus trayectos en tours auditivos que los lleva a descubrir las seis regiones turísticas de Colombia. Llevando tráfico a los podcasts alojados en Spotify, para acercar a los turistas a cada una de las regiones del país. Esta acción se realizó en: 4 ciudades, en 531 pantallas y 130 posters, alcanzando más de 7 millones de impresiones.

Resultados Turismo obtenidos en el 2022

Como resultado del relacionamiento con empresarios en Colombia y el exterior, las actividades comerciales, campañas, planes de medios y demás acciones para promover a Colombia en el exterior como destino de turismo, en 2022 se resaltan los siguientes resultados:

- 4.011.069 visitantes no residentes a noviembre 2022 (129% más que el año pasado) de los cuales 111.949 son cruceristas. De acuerdo con las cifras de visitantes que han llegado al país, son 2.963.579 extranjeros no residentes (150% más que el mismo periodo de 2021) y 935.541 colombianos residentes en el exterior (69% más que el año anterior). Para un avance del 129% de la meta anual.
- Captación de 348 eventos con participación de extranjeros, provenientes de 33 países, para ser realizados en 12 departamentos de Colombia entre 2022 y 2027, que contribuye a la reactivación de la industria de eventos presenciales en el país. De los cuales 7 eventos (2 congresos, 2 convenciones y 3 eventos deportivos) a realizarse en 3 municipios PDET de igual número de departamentos, en los que se estima participación de más de doce mil personas.
- En conectividad, se logró la recuperación del 115% de las frecuencias y 123% de las sillas que se tenía antes de la pandemia, con la llegada de 1.317 frecuencias aéreas y 234.928 sillas, para un cumplimiento de metas del 112% y 120% respectivamente.
- 12.419 personas de 32 departamentos participaron en el programa de formación exportadora de turismo. Se cumple en un 103% la meta establecida para el presente año.



Reconocimientos

Se recibieron los siguientes reconocimientos:

- El Pabellón de Colombia en Expo Dubai recibió reconocimiento por su interpretación de la Expo Universal "Conectando mentes, creando el futuro" en los premios del Bureau International des Expositions (BIE) que reconoce a los participantes en el evento.
- Colombia ocupó nuevamente el primer puesto en el Global Big Day 2022 superando países como Perú, Ecuador y Brasil, al registrar el avistamiento de 1.488 especies. En esta actividad se realiza observación de aves y que busca motivar la ciencia participativa.
- ProColombia recibió el Premio Excelencias Turísticas 2021 por el "Manual Ilustrado para guías de Turismo: COcrear, COnectar y COnservar", herramienta para dar a conocer la amplia diversidad cultural de Colombia. Los Premios Excelencias tienen como objetivo "fomentar la excelencia en diferentes ámbitos relacionados con el turismo, la gastronomía y la cultura en Iberoamérica. La premiación fue realizada en el marco de FITUR 2022.
- Istanbul Uzakrota Global Travel Summit, participación de ProColombia en un panel de expertos. Adicionalmente, ProColombia recibió el Premio a Mejor Agencia de Turismo a nivel global.
- Colombia fue protagonista por tercer año consecutivo en los World Travel Awards 2022, con 14 reconocimientos en categorías de Suramérica. Bogotá ganó como Ciudad Líder como Destino de Viajes de Negocios, reconocimiento que ganó por tercer año, Aeropuerto Líder El Dorado y Hotel Líder 101 Park House Suites & Spa. Cartagena como Destino de Luna de Miel, el cual ya lo había obtenido en 2019, 2020 y 2022, y como Puerto Líder de Cruceros por segundo año consecutivo, así mismo recibieron reconocimiento el Sofitel Legend Santa Clara como Hotel líder, Grau Suite Sofitel Legend Santa Clara como Hotel suite y el Sofitel Barú Calablanca como Nuevo hotel líder. Cali como Ciudad Cultural Líder en Cultura, Barranquilla como Destino Líder de festivales y eventos, Medellín como Destino turístico emergente y en la misma ciudad se llevó el premio del Hotel de diseño líder con el 23Hotel, y San Andrés como Destino de Playa, premio que ha recibido en los tres últimos años. En esta oportunidad, ProColombia recibió reconocimiento como Agencia de promoción líder en Suramérica, premio que había recibido en 2015 y 2020.



MARCA PAÍS

Marca País continuó con el posicionamiento de Colombia a través de la narrativa: *Colombia el país más acogedor del mundo*, como hilo conductor de todo lo que nos hace únicos, contribuyendo a la reactivación económica del país.

Se realizaron acciones apalancadas en la película “Encanto” de Disney trabajando de manera articulada con las embajadas, lo que permitió un cubrimiento en 24 países para su lanzamiento, consolidar un plan de Medios Internacional que logró 24.417.353 de impresiones, 14.960.275 views y se sorprendió a Madrid y Nueva York con unas activaciones con una muestra de lo mejor del país. Encanto fue reconocida en los Oscar como la mejor película animada del año, momento que se aprovechó con una estrategia digital con el #HoySeHablaDeBruno que se convirtió en *Trending Topic* logrando 12 millones de impacto en 22 países con 55 millones de impresiones lo que permitió obtener el premio bronce en el festival El Dorado.

Con el objetivo de dar visibilidad a la marca país en el exterior se continuó con el plan de influenciadores contando con Pierre Hermé (pastelero y chocolatero francés reconocido con el título de Mejor chef pastelero del mundo en 2016 por The World's 50 Best Restaurants) con quien se visitó el Eje Cafetero, Bogotá y Cartagena. También con la visita de Ana Segovia al Huila, emprendedora colombo alemana quien fundó Guatavita, empresa enfocada a dar reconocimiento a productos colombianos como café, panela y chocolate. Por último, Mariel Galán Alvarado más conocida como 'Mariel de Viaje', mexicana, aventurera y apasionada periodista de viajes y travel, blogger que lleva más de 10 años recorriendo el mundo, visitó el Amazonas, La Macarena y Medellín.

También se reconoció el talento colombiano con el programa de embajadores, nombrando a los chefs Edwin Rodríguez y Juan Camilo Quintero, al empresario Javier Villamizar, a la actriz Laura Londoño “Gaviota”, al Mulato y su Swing Latino, a Blanca Huertas científica y entomóloga



colombiana, a los tenistas Sebastian Cabal y Robert Farah, a la cantante soprano Betty Garcés, a Diego Campos tostador, catador y barista, y por último al Grupo Niche en el marco del evento conmemorativo por el fallecimiento del maestro Jairo Varela en Cali. También se reconocieron algunos colombianos de corazón: el cantante japonés Naoto Inti Raymiu interprete de una de las canciones de Encanto en japonés de 'Dos Oruguitas, a Wade Botánico y antropólogo colombo-canadiense, a Andrea Minski, periodista y presentadora colombo americana.

Una de las acciones más importantes para la Marca País es celebrar nuestra colombianidad el 20 de Julio. Durante 2022 se dio continuidad al mensaje #YoAlzoMiBandera, se ejecutó un plan de difusión en redes sociales orgánicas y pagas, comunicaciones en embajadas y consulados, portales especializados para colombianos en el exterior, aliados y embajadores de la marca. De esta manera, durante 24 horas se invitó a los colombianos a alzar la bandera de Colombia por todo aquello que nos hace sentir orgullosos logrando 8.443.216 impresiones y 4.440.938 visualizaciones.

Siendo el ciclismo una de las grandes pasiones de los colombianos se desarrolló la estrategia "Orgullo por Todo lo Alto", convocando a los ciclistas al Alto del Vino, el Alto de las Arepas y el Alto del Verjón donde se realizó el lanzamiento de la camiseta de ciclismo de Marca País desarrollada en alianza con la empresa aliada Suarez. Igualmente, Marca País estuvo presente en la Copa América Femenina en Colombia con la entrega de 346 kits a las delegaciones visitantes y la presencia del corpóreo en los estadios de Cali y Bucaramanga.

Se potencializaron las historias del Libro de la Calidez escogiendo 25 historias que se amplificaron en un plan de medios enfocado a público internacional. También, la calidez llegó a varios de los aeropuertos más importantes del país, el primer punto de contacto de los viajeros, allí se encontraban con mensajes de: Bienvenidos a Colombia, el país más acogedor del mundo en la llegada internacional de Migración en Bogotá, Cartagena, Medellín y Cali.

Para posicionar el café como la bebida más acogedora del mundo, el 1 de octubre durante la celebración del Día internacional del Café, se desarrolló la estrategia "Recolectando historias de Café", donde de la mano de Diego Campos, Campeón mundial de baristas, se mostraron los territorios del Huila y Santa Marta publicando las historias de su tierra, de su gente, la sofisticación de sus procesos, su origen único y logramos que Juan Valdez sea un nuevo aliado de marca país.

Se llevaron a cabo otras actividades tradicionales de marca como la travesía del Buque insignia ARC Gloria, que arribó a 7 puertos de 6 países (EEUU, México, Jamaica, Puerto Rico, Willemstad, Curazao y República Dominicana). La campaña de Navidad que se desarrolló de la mano de la embajadora María Mulata narrando cinco cuentos cortos de tradiciones que se viven en los diferentes territorios: velitas, pesebres, villancicos, arrullos, calles mágicas y gastronomía. También, la gastronomía fue un foco de la comunicación construyendo sobre el mensaje 'Sabor con calidez' para el cual se desarrollaron y publicaron más de 60 piezas.

Igualmente, se logró desarrollar el piloto de generación de ingresos que tiene como objetivo



acercar la marca a la gente para darle más visibilidad y a su vez generar recursos que se puedan reinvertir en la promoción de la marca país, para lo cual se llegó con los productos de la tienda Colombia a los eventos más grandes y en las oficinas comerciales en fechas especiales.

Finalmente, se cuenta con 387 aliados con licencias vigentes, 198 nuevas licencias y 37 renovaciones.

De acuerdo con el Global Soft Power Index 2022, la Marca ocupó el cuarto lugar después de Brasil, Argentina y México encontrándose entre las 5 marcas más valiosas de marca país de la región.



ESTRATEGIAS TRANSVERSALES DE LA ORGANIZACIÓN

Durante 2022, ProColombia continuó buscando más efectividad en las acciones en los mercados y sectores, para lo cual ha venido trabajando en diferentes procesos que han aportaron a la estrategia de la organización, con metodologías que facilitan la articulación en los tres ejes de negocio, sinergias internas/externas y la generación de conocimiento a través de información de valor agregado. El trabajo desarrollado se ha enfocado en 4 aspectos:

1. Focalización estratégica en sectores y en mercados
2. Generación de información con visión comercial estratégica
3. Acompañamiento empresarial en logística internacional
4. Transformación digital y analítica

A continuación, se presentan las iniciativas, actividades y resultados obtenidos durante el año en cada uno de los aspectos mencionados anteriormente.

Focalización en sectores y en mercados

ProColombia diseñó y ejecutó acciones enfocados en las necesidades de los clientes y se fortalecieron las capacidades para acompañar la construcción de la estrategia sectorial y de mercados.

- a) **Planes de exportación sectoriales:** son guías internas para acompañar a los empresarios y lograr que exporten más de lo que ya lo hacen y diversificar hacia nuevos sectores más sofisticados. En los planes se contemplan las apuestas de exportación de los departamentos, las particularidades de los mercados internacionales y la oferta colombiana para validar el potencial de crecimiento que se tiene. Este ejercicio, permite también identificar necesidades para aumentar la competitividad regional y con ello posibles oportunidades de atracción de inversión extranjera que contribuyan con buenas prácticas.

Se definieron 257 combinaciones subsector-mercado, en sectores en los que se pueden esperar resultados en exportaciones en el corto y mediano plazo. Durante el 2022, se implementaron y ejecutaron las apuestas subsector-mercado construidas y priorizadas, a las que a lo largo del año se les realizó seguimiento, identificando avances, lecciones aprendidas y oportunidades de mejora para futuras versiones.

- b) **Planes de Inversión:** a través de este proceso se identificaron aquellas oportunidades de inversión que podrían generar transferencia de tecnología y conocimiento, creación de empleo, desarrollo sostenible, inserción de Mipymes en las cadenas globales de valor, transición energética y desarrollo regional. Adicionalmente, se consideró que estas oportunidades tuvieran el potencial de ayudar a cerrar brechas, ayudando a impulsar la reindustrialización del país y fortalecer la vocación exportadora de Colombia en productos y servicios de alto valor agregado. Se priorizaron 10 cadenas productivas con



29 apuestas de inversión de las cuales 12 fueron categorizadas en prioridad alta, para validar

- c) **Identificación de potenciales inversionistas:** en línea con lo anterior se desarrolló un proceso que facilite la identificación de potenciales inversionistas para las apuestas priorizadas en inversión. Este es un proceso desarrollado en conjunto desde Colombia con las oficinas del exterior a través de 3 etapas que generan: en primer lugar, una lista preliminar de inversionistas que se apalanca tanto en conocimiento comercial del mercado como en herramientas de inteligencia, posteriormente esta lista es depurada a través de criterios como sostenibilidad, trabajo previo o no con ProColombia y otros específicos por mercado. Finalmente, para los casos que sea necesario se prioriza y brinda información con mayor detalle de las empresas o grupos empresariales.
- d) **Modelos de potencialidad para turismo:** Los modelos de potencialidad son una herramienta de apoyo estratégico para enfocar y optimizar las actividades de promoción turística. Actualmente se han desarrollado dos modelos, uno general que permite identificar cuáles son los mercados que representan las mejores oportunidades para el turismo receptivo en Colombia y otro de modelo de Turismo de Reuniones, enfocado en la industria corporativa, para la atracción de eventos empresariales.

Generación de información comercial

Con el fin de facilitar y acompañar la labor comercial se han desarrollado productos con información para realizar la promoción de los ejes y facilitar la toma de decisiones de los empresarios.

Exportaciones

- o **Insumos, documentos y herramientas de apoyo para la internacionalización de las Mipymes:** se desarrollaron documentos e insumos para que las empresas obtengan información relacionada con tendencias, oportunidades de exportación y comportamiento de exportaciones colombianas para diferentes sectores (algunos como materiales de construcción, aparatos eléctricos, autopartes, cosméticos, farmacéutico, envases y empaques, y sistema moda, entre otros). Se han identificado oportunidades en subsectores que fueron priorizados para impulsar las exportaciones en el corto plazo, basados en el potencial de diversificación de la oferta exportable, con el fin de posicionar más productos en nuevos mercados.
- o **Guía de condiciones de acceso de mercancías:** guía de uso interno para la identificación de condiciones de acceso de mercancías en el mercado internacional. Con esta información, los funcionarios de la entidad podrán atender con mayor agilidad las consultas relacionadas con los requisitos que determinan los países respecto al ingreso de mercancías y responder mejor a las necesidades del cliente externo.



- **Cartillas** – Se han desarrollado documentos con un marco general que contemplan diversos aspectos de comercio exterior para facilitar a las empresas sus procesos de internacionalización. Por ejemplo las Cartillas de Cannabis, las cuales abordan las nuevas modalidades industriales de consumo de productos derivados (alimentos, bebidas, productos farmacéuticos veterinarios, entre otros) en los mercados con mayor potencial de exportación desde Colombia (Perú, Brasil, Estados Unidos, Australia, Reino Unido e Israel); estos documentos incluyen información relacionada con las oportunidades para la exportación por producto, legislación en los países mencionados, contexto de mercado, condiciones de acceso, logística y canales de comercialización.
- **Webinars de divulgación de oportunidades:** se realizaron alrededor de 90 seminarios virtuales y presenciales para compartir la identificación de oportunidades para exportaciones; así como la socialización de tendencias de consumo, capacitaciones en Incoterms® 2020 y sostenibilidad en el mundo.

En temas de Inversión Extranjera Directa se generó la siguiente información

- Narrativa “Inversión sostenible, para la paz total y la vida”- A través de un trabajo articulado se apoyó en la construcción de la narrativa de inversión con información y argumentos sectoriales sobre las condiciones que ofrece el país y que lo hacen un destino atractivo para la llegada de IED.
- Insumos, documentos y herramientas de apoyo para la atracción de inversión con impacto en la sostenibilidad, transferencia de conocimiento y reindustrialización del país: se han desarrollado y actualizado múltiples documentos de promoción de inversión. Estos productos se clasifican en 3 categorías de acuerdo con su propósito y tipo de información a brindar:
 - Presentación “5 Razones Para Invertir” en la que se desarrollan las principales razones que hacen de Colombia un destino atractivo para invertir en cada sector. Estas son generadas a partir de entrevistas con inversionistas potenciales e instalados, lo que permite la identificación de los determinantes reales de inversión en cada sector.
 - Panorama sectorial con información cuantitativa principal del sector, un diseño práctico y corto con los datos más relevantes.
 - Presentaciones sectoriales con información amplia y general del sector en Colombia.
- Identificación y entendimiento de potenciales sectores de inversión: se desarrollaron ejercicios de análisis de grupos objetivo con los cuales se busca generar una caracterización de los inversionistas, diagnóstico de la dinámica del sector, prospectiva del nicho, caracterización de sus determinantes, evaluación comparativa de Colombia para la atracción de inversión y listado de posibles inversionistas. Se realizó este ejercicio para los siguientes sectores: Snacks, Frutas Frescas, Software (Tecnologías Emergentes), KPO, farmacéutica Veterinaria.



En temas de **Turismo** se generaron:

- Insumos, documentos y herramientas de apoyo para la promoción internacional de turismo sostenible y de alta calidad: se desarrollaron documentos e insumos para que los actores de la cadena turística obtengan información de valor enfocada en la optimización de su oferta para atender los mercados internacionales. Incluyen tendencias, oportunidades, buenas prácticas de la industria, análisis de coyuntura y seguimiento a los flujos turísticos internacionales. Adicionalmente se realizan análisis y estudios que permitan mejorar la oferta turística de las regiones y sus prestadores de servicios con el fin de ofrecer productos diversos, de calidad y sostenibles.
- Análisis del impacto de las actividades estratégicas turísticas vs. la llegada de visitantes internacionales: Este es un proyecto que se está trabajando en conjunto con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Se trata de un modelo estadístico que analiza la contribución que tienen las actividades de promoción de ProColombia para atraer turistas no residentes al país. El documento quedará para ser publicado en el portal de turismo del Ministerio llamado PortuColombia.
- Apoyo en la estrategia de Turismo Sostenible: se apoya en el desarrollo de la estrategia para la identificación de oportunidades relacionadas con el Turismo Sostenible, partiendo de las necesidades del sector y el potencial del país en términos de naturaleza y bioeconomía; con ésta se busca el crecimiento y fortalecimiento del sector de forma armonizada con el medio ambiente y las comunidades.
- Caracterización de las regiones y su oferta turística: acompañamiento en la identificación de regiones que cuentan con oferta exportable en línea con el desarrollo de un turismo sostenible, buscando la diversificación del turismo hacia diferentes regiones.
- Perfiles del turista: se ha desarrollado información de interés enfocado en nichos turísticos y/o en mercados de interés comercial. La construcción de estos insumos se realiza utilizando metodologías de recopilación de información tanto primaria como secundaria con el fin de tener una mayor aproximación a las necesidades de los interesados.

Estos son algunos ejemplos de documentos que están centralizados en un repositorio digital que tiene ProColombia conocido como la Biblioteca ProColombia.

Acompañamiento en logística internacional

Se genera información especializada y herramientas logísticas para la facilitación del comercio. A continuación, se menciona lo más relevante del 2022:

- **Acompañamiento empresarial**
en sinergia con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se apoyó a dar respuesta a



los casos de facilitación de comercio y se articularon empresas con proveedores de servicio en el marco de coyunturas logísticas como los “paros” o restricciones en puerto, gracias al relacionamiento con los diferentes actores de la cadena de comercio exterior (Autoridades, Entidades, Puertos, Gremios y empresas de logística). Adicionalmente se participó en las mesas de facilitación de comercio lideradas por Ministerio.

- **Guía ¿cómo exportar a través de E-Commerce desde Colombia?:** guía de los aspectos generales en temas logísticos, aduaneros y cambiarios que deben tener en cuenta las empresas para realizar ventas internacionales a través de E-commerce. Esta cartilla general, se complementa con guías por mercado, que se han construido en conjunto con las Oficinas de ProColombia en el exterior.
- **Herramientas Web de Logística:**
 - **Simulador de Costos Logísticos:** Software que permite a los empresarios calcular los costos de distribución física internacional, es decir desde que la mercancía sale de la fábrica hasta su entrega. Además, cuenta con una herramienta descargable en Excel de costos de producción bajo la metodología ABC, apoyando la toma de decisiones en el proceso de exportación.
 - **Directorio Logístico:** Nueva visualización del Directorio de Logística alojado en el portal de ProColombia, el cual sirve de apoyo para la comunidad brindando información.
 - **Perfiles Logísticos de Exportación por País:** Se cuenta con 131 perfiles actualizados y priorizados de acuerdo con los Planes Sectoriales de Exportación enunciados anteriormente y volúmenes de exportación.
- **Alianzas Logísticas de Transporte:** son acuerdos generados entre una empresa transportadora y ProColombia para ofrecer tratamiento tarifario preferencial a los exportadores, para el envío de muestras sin valor comercial, documentos, paquetes y carga de exportación. En 2022, 330 empresas se beneficiaron de estas alianzas, permitiéndoles acceder a las tarifas preferenciales generando ahorros estimados de 30% al 40% en sus envíos un promedio.

Transformación digital y analítica

ProColombia con el fin de utilizar buenas prácticas internacionales, fortalecer la labor de promoción y prestar un servicio moderno y a la altura. En el camino hacia la transformación digital de ProColombia se han definido proyectos y procesos, con el fin de generar soluciones que permitan dar una respuesta ágil a los cambios del entorno. En 2022, se trabajó en:

- **Proyecto de Matchmaking:** que es la evolución de la plataforma B2B Marketplace para digitalizar la conexión entre la oferta nacional y la demanda internacional facilitando la conexión entre exportadores y compradores. Ofrece disponibilidad 24/7, hace



recomendaciones automáticas a compradores con base en sus perfiles y búsquedas, contiene perfiles de empresas robustos para un contacto más efectivo y trazabilidad en los sistemas de seguimiento.

- Desarrollo de un **Tablero Interactivo para la identificación de compradores potenciales** con oportunidad para conectar con empresas colombianas con oferta exportable, con foco en 5 mercados priorizados: Alemania, Brasil, China, EE. UU. y México.
- **Radar de competitividad:** aplicativo Web orientado al eje de exportaciones, el cual cuenta con un algoritmo que le permite a los empresarios de exportaciones ampliar la información sobre el desempeño de su producto para un conjunto de mercados priorizados.
- **Herramienta en línea - Export Access:** sistema desarrollado por ProColombia, con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) que, recopila y comparte toda la información de Requisitos No Arancelarios (RNA) para la exportación de bienes y servicios, desde Colombia hacia diferentes mercados. En octubre del 2022, se lanzó nuevo módulo para los exportadores de servicios, quienes podrán revisar por tipo de servicio (Software y TI, BPO, Mercadeo Digital, entre otros) las principales normativas y requisitos que deben tener en cuenta para comercializarlos en mercados internacionales priorizados. En este módulo se podrán consultar aspectos relevantes como son los requerimientos tributarios y fiscales, cambios, migratorios, entre otros.
- **Gobernanza de Proyectos de Transformación digital:** estructuración de un comité para evaluación de iniciativas y proyectos de transformación digital, el cual busca alinear los proyectos en curso con la estrategia de la entidad, fomentar las sinergias, garantizar la eficiencia presupuestal y construir el portafolio de proyectos priorizados de la organización.

A nivel transversal se destacan proyectos, como:

- **Automatización de procesos internos**, en donde se destaca el trabajo realizado en la herramienta de procesos internos de contratación- Gestor Pro, así como el diseño de herramientas para optimizar la gestión comercial, ahorrar tiempo, enfocar los esfuerzos en temas estratégicos y de mayor impacto.
- **Ecosistema digital** - Mejora y optimización del ecosistema digital para unificar arquitectura, diseño y experiencia.



OTROS TEMAS:

Comunicaciones

Durante 2022 se buscó afianzar el relacionamiento con medios nacionales e internacionales, así como dinamizar la comunicación de ProColombia con los empresarios de manera que se continúe el fortalecimiento del posicionamiento internacional de Colombia y se acompañe la gestión de promoción de la organización. La estrategia de comunicaciones se centró en lograr publicaciones que inspiren a los empresarios colombianos a exportar, fortalezcan sus servicios turísticos y continúen con su proceso de posicionamiento, así como en resaltar el aporte de los inversionistas internacionales a la economía.

En términos de comunicación nacional, entre enero y diciembre de 2022, se alcanzó un free press de \$81,276 millones de pesos, que refleja un trabajo constante y oportuno con los medios y sus periodistas, tanto nacionales como regionales, el cual ha permitido seguir consolidándonos como fuente de información de valor y de buenas noticias.

En términos de comunicación internacional el free press alcanzó 324 mil millones de pesos, como resultado de una estrategia focalizada y segmentada por mercados y medios generalistas y especializados, a la realización de press trips y alianzas de contenido editorial y al trabajo articulado con Presidencia de la República, Cancillería y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para aprovechar momentos de comunicación estratégicos. Igualmente, en febrero se tuvo una publicación en el caso de Estados Unidos que se viralizó en el mercado, alcanzando los 10 millones de dólares en free press.

En este periodo se logró la publicación de 35 columnas de opinión, 421 entrevistas y declaraciones en 220 medios nacionales y 191 regionales. Así mismo, se llevaron a cabo 61 press trips, con la participación de 410 periodistas de 365 medios internacionales.

Cooperación Internacional y Nacional

Durante el año 2022, ProColombia apalancó recursos de cooperación, internacional y nacional, por alrededor de \$17.736 millones de pesos, como resultado del trabajo con entidades internacionales como; Import Promotion Desk de Alemania (IPD); Unión Europea, Trade Facilitation Office de Canadá (TFO); Swiss Import Promotion Programme de Suiza (SIPPO); Senior Experten Service de Alemania (SES); KATECH de Corea; TICA de Tailandia; Cowater International de Canadá; Comisión Económica y Social de las Naciones Unidas para Asia y el Pacífico (ESCAP), entidades nacionales como Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT), Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (MinTIC); Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MinAgricultura); Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MinAmbiente); Agencia Presidencial de Cooperación Internacional de Colombia (APC - Colombia); PriceWaterhouseCoopers (PWC) y entidades regionales como la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico de Bogotá (SDDE), Gobernación de Cundinamarca, entre otros.



A través de los proyectos de cooperación internacional y nacional, en 2022 se generaron más de 2.801 intervenciones a 2.117 empresas ubicadas en 135 municipios de 25 departamentos; 92% de las empresas son MiPyME, y más de 238 empresas beneficiadas están ubicadas en municipios con menos de 200 mil habitantes y cerca de 27 empresas en municipios PDET.

Durante el 2022, se gestionaron proyectos claves alineados con las prioridades del Gobierno Nacional. En ese sentido, se priorizaron proyectos y acciones enfocadas en crecimiento económico en regiones, sostenibilidad, empresas Mipymes y equidad de género, reconociendo la importancia de estos enfoques para aportar al desarrollo inclusivo del país. En este sentido, se destacan:

- **Women In Trade for Inclusive and Sustainable Growth**, apoyado por el TFO y cuyo objetivo es beneficiar a 113 empresas exportadoras Mipymes con enfoque hacia aquellas lideradas por mujeres para apoyar las principales dificultades y desafíos que enfrentan en el mercado internacional puntualmente el canadiense. Adicionalmente, el proyecto permitió el desarrollo de la política de equidad de género e inclusión de ProColombia y la creación de su Comité de Género.
- **Swiss Import Promotion Programme**, cuyo objetivo es generar capacidades a los aliados a las BSOs aliadas para garantizar el crecimiento económico sostenible e inclusivo, e integración de sus países socios en el comercio mundial. En Colombia, su foco está en los sectores de alimentos procesados; específicamente alimentos frescos, cacao y derivados del cacao, ingredientes naturales para alimentos, cosméticos y farmacéuticos, y turismo sostenible, teniendo en cuenta sus dos (2) pilares principales: sostenibilidad y digitalización.
- **Import Promotion Desk**, apoyar micro, pequeñas y medianas empresas con enfoque sostenible, oferta potencial y demanda comprobada de los sectores de ingredientes naturales, alimentos frescos, madera y flores, en su entrada efectiva al mercado europeo, principalmente al alemán, a través del acompañamiento durante tres (3) años con consultorías especializadas, que incluye misiones orientadoras en los mercados europeos de interés, estudios y una línea comercial de B2B-Matchmaking con misiones de compradores internacionales a Colombia, misiones de exportadores a Europa y participación en ferias internacionales.
- **COWATER**, cuyo objetivo es implementar un Programa de Entrenamiento sobre el proceso de Certificación Orgánica para acceder al mercado canadiense, dirigido a empresarios agroindustriales y funcionarios de instituciones de apoyo al comercio. Este programa de Entrenamiento incluye un módulo específico en temas de sostenibilidad y equidad de género.
- **Unión Europea- MinCIT**, a través de los convenios de cooperación entre la UE y MinCIT - Procolombia se busca fortalecer las capacidades de unidades productivas en su proceso de comercialización de productos/servicios dirigidos a mercados internacionales, adecuándolos para cumplir los requerimientos exigidos por los compradores o



reglamentaciones de cada uno de los países a los que se quiere exportar, enmarcando todas las actividades en un comercio sostenible y enfoque en las regiones.

- **Convenio MinTIC**, a través de este proyecto se busca fortalecer las capacidades de comercialización de las empresas de la industria de TI (software y servicios conexos, y creativas digitales) para afrontar los retos de la economía digital, e incursionar en mercados internacionales. Dentro de las actividades apoyadas por el convenio se prioriza la atención a empresas Mipymes.
- **Business Innovation for the SDGs**, apoyado por la Comisión Económica y Social de las Naciones Unidas para Asia y el Pacífico (ESCAP), y el cual tiene como objetivo la conformación de una comunidad de prácticas que estaría compuesta por los países de la Alianza del Pacífico y Asia para promover la adopción de prácticas sostenibles e innovadoras en la región. En el marco de esta comunidad se han desarrollado intercambios de experiencias alrededor de la transición hacia una economía verde y sostenible.
- Por otra parte, en 2022 se buscan aliados públicos y privados para apoyar la comercialización de los eventos de promoción más representativos de la Entidad (Macrorrueda 90, Macrorrueda Houston y Premios Nacionales de Turismo). En el marco de esta gestión, se apalancaron recursos adicionales a los convenios y programas por más de \$1.100 millones, discriminados así:
 - \$883 millones en recursos líquidos y en especie apalancados por comercialización para Macrorrueda 90.
 - \$167,5 millones en recursos líquidos y en especie apalancados por comercialización para Macrorrueda USA.
 - \$50,3 millones en especie apalancados por comercialización para Premios Nacionales de Turismo.

Adicionalmente, con recursos de cooperación se realizaron un total de 17 misiones de Asistencia Técnica presenciales y virtuales con expertos internacionales en Colombia, Costa Rica, Tailandia y Corea, con el objetivo de potenciar la competitividad internacional de las empresas colombianas y fortalecer las capacidades empresariales, apoyadas por IPD, SIPPO, SES, Cowater, KATECH y APC - Colombia.

Así mismo, se realizaron 15 intercambios de buenas prácticas con 10 países (Tailandia, Curazao, Costa Rica, Chile, El Salvador, Perú, República Dominicana, Egipto, Brasil y Uruguay) y con tres (3) mecanismos de integración regional (CARICOM, SELA y Alianza del Pacífico) con el objetivo de transferir conocimiento y experiencias exitosas entre las entidades.

Por otra parte, se gestionaron y suscribieron nueve (9) Memorandos de Entendimiento con SIMEST (Italia), Ministerio de Relaciones Exteriores de El Salvador, Uruguay XXI, IMPACTHUBMED SAS (Medellín), Enterprise Singapore, Cámara de Comercio de Pereira, Grupo Planeta (España), Colombia Productiva y Agencia Brasileira de Promoción Internacional de Turismo (EMBRATUR). Estos instrumentos de cooperación facilitan el trabajo articulado en cada uno de los ejes



misionales de la entidad.

Finalmente, con el objetivo de fortalecer el talento humano de ProColombia, se han capacitado a +130 funcionarios, a través del desarrollo de actividades contempladas en los proyectos de cooperación de SIPPO y Cowater como el Trade Promotion Academy (en Pereira, Medellín, Cali, Cartagena, Barranquilla, Cúcuta, Bucaramanga y Manizales), socialización Estudio Ingredientes Naturales Colombia + Competitiva (virtual) y el proyecto de certificación orgánica para Canadá (en Bogotá). Adicionalmente se desarrollaron cuatro (4) misiones de aprendizaje con enfoque a turismo sostenible, turismo de bienestar, sector automotriz y el mercado canadiense post-covid en las que participaron 10 funcionarios de la entidad en Costa Rica, Canadá, Corea y Tailandia.

Alianzas

Coordinamos a nivel interno de ProColombia y en conjunto con las entidades pares a nivel regional y demás actores claves público-privados, las actividades de promoción, proyectos y solicitudes enmarcados en más de 15 mecanismos de integración, TLCs con otros bloques y demás alianzas priorizadas por ProColombia, contribuyendo a la promoción sostenible e inclusiva de las exportaciones colombianas no minero energéticas (principalmente de las pymes colombianas), la atracción de Inversión Extranjera Directa, el posicionamiento de Colombia como destino turístico de talla internacional y la imagen del país.

Alianza del Pacífico:

En el 2022, la coordinación del Grupo Técnico de Agencias de Promoción de la Alianza del Pacífico estuvo a cargo de las Secretarías de Economía (exportaciones e inversión) y Turismo de México. Durante este año, se han desarrollado 8 actividades de promoción:

- **X Macrorrueda de Negocios de la Alianza del Pacífico.**

Se llevó a cabo la X Macrorrueda de Negocios de la Alianza del Pacífico entre septiembre y octubre mediante 3 ruedas de negocio virtuales:

- E-rueda América. Entre el 26 y el 30 de septiembre, se realizó la rueda de negocios virtual de la Alianza del Pacífico enfocada a los mercados de las Américas, en la que 85 empresas exportadoras de los países de la Alianza (25 empresas colombianas) tuvieron la oportunidad de reunirse con 31 compradores provenientes de los países del bloque, así como de Uruguay, Nicaragua, Costa Rica, Argentina, Bolivia, Brasil, Ecuador, Paraguay, Estados Unidos y Canadá, alcanzando ventas spot por US\$70.000 y expectativas de negocio por US\$660.000 para las empresas exportadoras colombianas. Esta actividad estuvo dirigida a las cadenas de agroalimentos y químicos y ciencias de la vida.

- E-rueda Europa. Del 17 al 21 de octubre, se realizó la rueda de negocios virtual de la Alianza del Pacífico enfocada a los mercados de Europa, en la que 31 empresas



exportadoras de los países de la Alianza (15 empresas colombianas) tuvieron la oportunidad de reunirse con 14 compradores de 5 países (Noruega, Turquía, Rusia, Italia y Alemania), alcanzando ventas spot por US\$1'000.014 y expectativas de negocio por US\$2'000.014 para las empresas exportadoras colombianas. Esta actividad estuvo dirigida a la cadena de agroalimentos y sistema moda.

- E-rueda Asia. Entre 24 y el 28 de octubre, se llevó a cabo la rueda de negocios virtual de la Alianza del Pacífico enfocada a los mercados del bloque y Canadá en la que 37 empresas exportadoras de los países de la Alianza (12 empresas colombianas) tuvieron la oportunidad de reunirse con 17 compradores de Corea del Sur, Hong Kong, Japón, Malasia, Tailandia, Vietnam e India. Esta actividad estuvo dirigida a los sectores de agroalimentos y químicos y ciencias de la vida.

Se estableció una meta de participación para micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) para las tres e-ruedas. Más del 50% de las empresas aceptadas para las 3 e-ruedas fueron MiPymes del bloque. Asimismo, el 50% de las empresas aceptadas fueron empresas lideradas o propiedad de una mujer. En el marco de las 3 e-ruedas, se logró impactar a 68 planes sectoriales de 29 mercados.

- **X Foro de Emprendimiento e Innovación de la Alianza del Pacífico – LAB4+.**

La décima edición del LAB4+ se realizó en el mes de julio y contó con los tres componentes tradicionales (jornada académica, rueda de negocios y rueda de pitch), priorizando las siguientes subcategorías de servicios: FinTech, HealthTech, AgriTech, EdTech, PropTech, Internet de las Cosas (IoT), Realidad Virtual / Realidad Aumentada, Inteligencia Artificial (AI), Blockchain, Cyberseguridad y Software de industrias creativas y culturales.

- Rueda de negocios. La rueda de negocios en el marco del X LAB4+ contó con la participación de 33 empresas exportadoras de servicios del bloque (15 empresas colombianas), así como 21 compradores de 7 países (Canadá, Chile, Colombia, Corea del Sur, Estados Unidos, México y Perú). Como resultado de la rueda de negocios se reportaron expectativas de negocio por US\$994.158 para los exportadores colombianos incluyendo US\$20.043 en ventas spot. En el marco de esta rueda, se impactaron 4 planes sectoriales de 4 mercados de la cadena de industrias 4.0.
- Sesiones de pitch. La rueda de pitch del foro LAB4+ fue un encuentro comercial donde startups de los cuatro países tuvieron la oportunidad de presentar su pitch a potenciales inversionistas. Este componente contó con la participación de 33 startups de los cuatro países de la Alianza (7 startups de Colombia) con 16 fondos de inversión. La encuesta realizada al terminar la actividad indicó que los inversionistas estarían dispuestos a invertir un total estimado de US\$500.000 en los startups de Colombia.

- **Portafolio de Oportunidades de Inversión en Infraestructura.**

En el 2022 se actualizó el Portafolio de oportunidades de inversión en infraestructura, herramienta desarrollada durante la presidencia pro tempore de ProColombia en el GTAP que busca posicionar a la Alianza del Pacífico como destino atractivo de inversión mediante la promoción de 15 proyectos de inversión en infraestructura, facilitando la consulta de



oportunidades de inversión del bloque por parte de inversionistas de todo el mundo.

- o Para su divulgación, el 1 de noviembre se desarrolló un seminario de promoción de inversión en Japón en formato híbrido, con el fin de divulgar el Portafolio ante inversionistas japoneses. 70 personas en formato presencial y 95 personas en formato virtual asistieron a la presentación del Portafolio. Al finalizar el evento, se compartió este portafolio con las empresas que participaron en este evento de forma presencial, destacando las empresas Mitsui y Mitsubishi.
- o A su vez, se desarrolló la 1era Rueda de Inversión de la Alianza del Pacífico, que buscó promover proyectos de inversión en infraestructura del bloque ante inversionistas chinos. La actividad estuvo compuesta por 1 webinar realizado el 29 de noviembre en el que se presentaron los proyectos a 25 inversionistas chinos y un bloque de citas de negocio, en el que se llevaron 7 encuentros comerciales entre los fondos de inversión y las agencias titulares de los proyectos en infraestructura y se notificaron intenciones de inversión por USD\$80'000.000 para 2 proyectos en Colombia.

- **1era Campaña de Promoción Conjunta de la Alianza del Pacífico.**

Tras la aprobación en el 2020 de US\$200.000 por el fondo de Cooperación de la Alianza del Pacífico y 2 años de gestión articulada entre las entidades de promoción del bloque, se hizo el lanzamiento en diciembre de la primera campaña de promoción conjunta dirigida al público final, alcanzando 936.027 clicks y 75'21986 impresiones.

Comunidad Andina:

En el 2022, la coordinación del Comité Andino de Autoridades de Promoción de Exportaciones - CAAPE estuvo a cargo de ProEcuador. Durante este año, se desarrolló 1 actividad de promoción:

- **XI Encuentro Empresarial Andino.** La undécima edición del Encuentro Empresarial Andino se desarrolló el 8 y 9 de enero en formato virtual. La actividad, liderada por PromPerú, estuvo enfocada en los sectores de agroalimentos y químicos y ciencias de la vida y contó con la participación de 93 empresas exportadoras (22 colombianas) y 33 compradores del bloque y la Unión Europea, alcanzando ventas spot por USD\$20.116 y expectativas de negocio por US\$411.930.

Asociación Latinoamérica de Integración – ALADI:

- **Expo ALADI 2022:** La novena edición de Expo ALADI, organizada por la Secretaría General de ALADI, se desarrolló del 25 al 28 de octubre de 2022 de manera virtual. Según la Secretaría General, la rueda de negocios multisectorial contó con la participación de 210 empresas exportadoras (38 empresas colombianas) que llevaron a cabo citas de negocio con compradores de 14 países (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Costa Rica, Cuba, Ecuador, Guatemala, México, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela).



FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

ProColombia tiene un plan específico alineado estratégicamente:

Recursos Humanos

Durante el 2022, ProColombia continuó su gestión de aporte al desarrollo y mejoramiento de la productividad del país, con énfasis en su Talento Humano como eje central para el cumplimiento de los objetivos misionales. Para este fin, trabajó con base en los siguientes objetivos estratégicos:

Contar con un recurso humano calificado que apalanque el cumplimiento de las metas de negocio, asegurando perfiles de cargos actualizados, y un proceso de reclutamiento, selección, inducción y desarrollo ajustado a los requerimientos de la compañía.

Continuar haciendo de ProColombia un gran lugar para trabajar, a través de la ejecución de su plan de bienestar y el acompañamiento a las áreas en la implementación de planes de acción.

Contar con un proceso de evaluación de desempeño que contribuya con la materialización de la estrategia del negocio, a través de la definición de objetivos alineados a la misma y el rediseño de un modelo de competencias ajustado a las necesidades actuales.

Algunas de las iniciativas adelantadas durante el año fueron:

Selección

Durante el 2022 se contrató una ATS (Sistema de Gestión del Proceso de Selección), plataforma que permitirá en el 2023 que Procolombia tenga mayor estandarización en los procesos de reclutamiento, clasificación de candidatos y selección. Esta Plataforma contribuirá en tener un banco de pruebas psicotécnicas de manera ilimitada y realizará la trazabilidad del proceso en términos de tiempo y postulaciones de candidatos. También se incorporó al proceso la realización de entrevistas por competencias, alineadas al nuevo modelo de competencias de la compañía.

Programa Semillero

En ProColombia, existe el programa Semillero, que busca formar practicantes comprometidos, innovadores y con habilidades para adaptarse a un mundo laboral en constante transformación. Es así, como actualmente contamos con 17 convenios académicos suscritos con universidades que permiten la realización de la práctica profesional por períodos de seis meses o un año, dependiendo de la modalidad.

En 2022, Procolombia tuvo 87 practicantes por semestre, ubicados en Bogotá, oficinas regionales y en las diferentes oficinas comerciales. Adicionalmente, se ha generado un programa que cubre las diferentes etapas del ciclo de vida del practicante dentro de la organización fortaleciendo actividades de inducción corporativa, integración, bienestar, acompañamiento en proyectos y capacitaciones que contribuyen a su desarrollo durante la práctica y después de ella.



Durante el último año, este programa generó como resultado la vinculación de 14 ex - practicantes a la nómina de Procolombia en diferentes áreas de la entidad.

Formación

Se implementaron diversos programas de capacitación centrados en el desarrollo de habilidades blandas y habilidades Core, de estos programas participaron funcionarios de Procolombia Mundo, logrando impactar a un 94,9% de nuestra población.

Programa de Liderazgo: De manera presencial para Bogotá y de manera Virtual para las oficinas comerciales y regionales, se desarrolló el programa de LiderazGO 2022 que abordó temas como activación del mindset frente a la incertidumbre, movilización del cambio desde una comunicación de impacto y navegando el cambio juntos como un solo equipo. De este programa participaron 64 líderes y 84 colaboradores a lo largo de toda la organización.

Universidad ProColombia:

- Con el apoyo del BID, se desarrollaron talleres de promoción de inversión dirigidos a nuestros colaboradores en donde se lograron conocer las tendencias de inversión a nivel regional y mundial, marketing digital para la captación de inversión, adquirir mejores prácticas en la gestión de las consultas de los inversores y en las visitas a las instalaciones, entre otros temas que a su vez quedaron consolidados en la plataforma de universidad corporativa.
- En línea con nuestra competencia "somos digitales", se realizaron capacitaciones para el manejo de herramientas Office 365, aprendiendo con ellas aplicaciones como OneDrive for Business, Planner y To Do, Sway y My Analytics.

Desarrollo

En el 2022 se presentaron 23 promociones de personas al interior de la organización permitiendo con ello acompañar el desarrollo profesional de nuestros colaboradores, reconociendo su experiencia, habilidades, destrezas y conocimientos al interior de la organización.

Desempeño

ProColombia cuenta con un programa de ciclo de talento enfocado en potenciar el desempeño, habilidades y competencias de nuestros funcionarios. Este programa permite acompañar a los equipos en la obtención de resultados individuales, así como en el desarrollo de sus competencias y habilidades organizacionales. El ciclo de talento cuenta con una estructura conformada por 5 etapas: establecimiento de objetivos, sesión de feedback, retroalimentación de las áreas, proceso de evaluación y calibración. Esta última etapa consolida los resultados del proceso y de los equipos en términos de desempeño a partir de un 9box que refleja el cumplimiento de los objetivos y competencias organizacionales. Durante el mes de enero de 2023 Procolombia realizará la evaluación de cierre del ciclo de talento 2022 de los equipos con el apoyo de los líderes.

Ambiente Laboral

Durante el 2022 se desarrollaron sesiones de Focus Group con diferentes áreas de Procolombia, incluidas oficinas comerciales y regionales. Por medio de estos espacios se logró realizar un



diagnóstico y desarrollar acciones estratégicas basadas en los resultados de la medición del 2021. Como resultado de estas acciones, se desarrollaron planes de acción enfocados en fortalecer el ambiente laboral, interacción entre áreas, crecimiento individual y relacionamiento de los equipos. Recursos Humanos bajo el rol de Business Partner acompañó a los equipos en cada una de estas acciones.

Bienestar

Durante el 2022, ProColombia desarrollo actividades de bienestar que permitieron promover la interacción entre los diferentes equipos de trabajo, incluidas las oficinas comerciales y regionales, así como la participación de las Familias de los colaboradores.

Celebración fechas especiales:

- **Día de la Mujer y día del Hombre:** Se llevó a cabo una sesión de stand up comedy y una charla sobre “Pilares de la Resiliencia”.
- **Día del Asistente Administrativo:** Para celebrar el día del Asistente Administrativo y agradecerles por su valioso aporte a la entidad, se realizó una tarde de bolos en la ciudad de Bogotá, se hizo entrega de una tarjeta de regalo para las regionales y una invitación especial para las oficinas del exterior.
- **Día de la Madre:** Se entregó un presente a las mamás y realizó una charla sobre la conexión con los hijos en honor al día de la madre.
- **Día del Padre:** Se entregó un presente a los papás y realizó la charla “el arte de ser papás”.
- **Global Wellness Day:** Se realizaron actividades para promover la vida saludable. En Bogotá se subieron los 41 pisos del edificio CCI, realizo una caminata ecológica, clase de yoga y desayuno saludable, por su parte, las oficinas de Colombia y el mundo realizaron actividades saludables como desayunos y caminatas.
- **Amor y Amistad:** En esta fecha se invitó a cada área para que jugaran amigo secreto o realizaran alguna otra actividad de celebración. con el apoyo de Compensar como caja de compensación, se desarrolló la charla “Celebremos juntos amor y amistad con Tito y Pepita”, de este espacio se conectaron 60 personas de Procolombia Mundo. A su vez, se compartieron Brownies y Cupcakes en la oficina de Bogotá.
- **Día del Niño:** Procolombia celebro esta fecha de manera virtual con un taller sobre la recirculación de los juguetes.
- **Halloween:** Nuestros funcionarios a nivel mundial participaron de un concurso llamado “decora tu puerta”.
- **Mundial de fútbol:** Con el apoyo de Compensar, ProColombia mundo participo de la polla mundialista “La Pasión del Gol”. De esta actividad participación de 26 personas/equipos.
- **Navidad:** Nuestros funcionarios participaron de manera presencial y virtual de la novena de aguinaldos y un “Bingo Subasta Solidario” cuyo objetivo fue recoger recursos para seguir apoyando a las fundaciones a través del programa de voluntariado ProActivos con el que cuenta la entidad desde el 2018. Para esta actividad se contó con asistencia presencial de cerca de 200 personas entre funcionarios, niños, acompañantes y fundaciones y 185 conexiones de diferentes lugares de Colombia y Mundo. A su vez, se realizó un compartir en cada una de las oficinas y se repartieron regalos a los niños hijos de los funcionarios de ProColombia entre las edades de 0 a 12 años.



- **Feria de emprendimiento:** Se desarrolló una feria en la ciudad de Bogotá con el objetivo de dar a conocer y apoyar los emprendimientos de nuestros colaboradores y sus familias.

Salud y Seguridad en el Trabajo

Durante el 2022, ProColombia en sinergia con Fiducoldex desarrolló las siguientes actividades en torno al Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo:

- **COPASST:** Se conformó el comité con 4 representantes por parte del empleador y 4 representantes por parte de trabajador, se dio cumplimiento a las reuniones del comité y se inspeccionaron todas las oficinas en Bogotá y dos oficinas en las regionales. Durante este año, no se reportaron accidentes de trabajo.
- **Comité de Convivencia Laboral:** Se conformó el comité con 4 representantes por parte del empleador y 4 representantes por parte de trabajador, se asignó un correo exclusivo para reportar los acosos laborales y realizaron reuniones de seguimiento durante el transcurso del año. Para el 2022 no se presentaron casos de acoso laboral.
- **Brigadas de emergencia:** Se conformó el grupo de brigadistas de Colombia con 28 brigadistas en Bogotá y 13 brigadistas en las diferentes oficinas regionales. Se dio cumplimiento a las capacitaciones mensuales y Procolombia participó en los simulacros organizados por el Distrito con muy buenos resultados.
- **Semana de la Salud:** Del 26 al 30 de septiembre se llevó a cabo la Semana de la Salud y Bienestar, ejecutando diferentes actividades como clases de Yoga presencial lideradas por un funcionario de Procolombia, jornadas Visuales, día del mercado saludable, día de la fruta, actividades de ergonomía en realidad virtual, jornada de donación de sangre, visita de aliados y charlas híbridas: Transformando duelos; Lazos familiares; La felicidad, porque sí; Cambia tus hábitos y vive la vida que mereces; Bienestar óptimo; Bienestar y felicidad en las Organizaciones. A su vez, se desarrollaron pausas activas presenciales y virtuales, taller de tips saludables y una presentación Teatral con la ARL sobre identificación de peligros.

Aplicación de la Batería de Riesgo psicosocial: Se aplicó a aquellos funcionarios de planta con más de dos años de antigüedad la batería de riesgo psicosocial.

Aplicación Exámenes Ocupacionales: Se aplicaron exámenes ocupacionales a los funcionarios de planta con más de dos años de antigüedad.

Beneficios

- **Trabajo Remoto:** Durante el año 2022, el equipo de ProColombia utilizó la modalidad de trabajo híbrido, asistiendo presencialmente 2 días a la semana a las oficinas y 3 de manera remota.
- **Horario Flexible:** Los colaboradores de ProColombia tienen la posibilidad de ajustar su horario laboral de forma mensual, previo acuerdo con su líder, eligiendo entre 5 diferentes opciones.
- **Día de Balance:** Los funcionarios pueden optar por trabajar desde las 7 am hasta las 3



pm, un día a la semana, cada 15 días, siempre y cuando las labores y agenda lo permitan.

- **Día de Cumpleaños:** Se continuó con la práctica en la cual el colaborador puede disfrutar de un día libre como regalo de cumpleaños.
- **Descanso en semana santa y fin de año:** ProColombia otorgó días de descanso en época de semana santa y al finalizar el año, dividiendo al equipo y tomando días por turnos para mantener la continuidad laboral del negocio.
- **Permiso por matrimonio:** ProColombia concede cinco días hábiles de permiso cuando un(a) colaborador(a) contrae matrimonio.
- **Licencias no remuneradas:** En el año 2022, ProColombia otorgó licencias no remuneradas a 2 colaboradores para adelantar estudios en el exterior relacionados con las responsabilidades de sus cargos.
- **Auxilio de salud:** ProColombia continuó con la entrega de un auxilio mensual extralegal no salarial para la cobertura de planes de salud para los colaboradores y su núcleo familiar básico.
- **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, cuyo objetivo es otorgar 5 becas anuales por el 90% del estudio en programas de pregrado para los hijos del personal administrativo/soporte de la entidad

Direccionamiento estratégico

En 2021 se llevó a cabo un ejercicio de planeación con el acompañamiento de McKinsey que sirvió como hoja de ruta para contribuir con la reactivación segura de la economía y actualizar la estrategia para responder a las nuevas circunstancias derivadas de la pandemia.

Conscientes de ello y de los resultados alcanzados, en 2022 se realizó un ejercicio de revisión de los avances y aprendizajes adquiridos en el año previo y se continuó con las seis apuestas fundamentales trazadas previamente, definiendo un plan para cada eje y áreas transversales que permitiera pasar de la reactivación al crecimiento. Las apuestas definidas son:

- Capturar y aprovechar las nuevas oportunidades de inversión, potenciar nuestra estrategia de friendshoring y la atracción de inversión de eficiencia.
- Priorizar el trabajo para dar ese salto en exportaciones y contribuir con las exportaciones país, aprovechando las oportunidades en los mercados priorizados, el e-commerce, las compras públicas, apoyando las grandes exportadoras hacia más mercados y fortaleciendo empresas pymes.
- Reactivar el sector turismo, recuperando la conectividad, promocionando al país desde una perspectiva macrorregional y posicionándolo como un destino confiable, seguro y sostenible para el viajero internacional.

Todo lo anterior acompañado de las estrategias transversales:



- Una transformación digital, para fortalecer nuestra labor de promoción, prestar un servicio moderno y ampliar nuestro alcance.
- Lograr un mayor foco estratégico en los sectores y en los mercados priorizados, que ofrecen mayores posibilidades de crecimiento.
- Ser una organización volcada al exterior y a las regiones, interiorizando y diseñando estrategias adecuadas a las particularidades culturales y económicas.

Ahora bien, en agosto 2022 inicia la gestión correspondiente al nuevo periodo de gobierno, por lo que desde meses previos a su comienzo se lideraron y acompañaron los ejercicios de empalme. En este sentido se desarrollaron todas las reuniones, presentaciones, análisis e informes requeridos para tal fin.

Además de lo anterior, se realizaron ejercicios de pre- planeación de manera que se comenzara a difundir al interior de la organización con los lineamientos del plan de gobierno y las bases del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 Colombia Potencia Mundial de la Vida.

En paralelo se han realizado diversos seguimientos a las estrategias y se han aportado datos y análisis para facilitar la toma de decisiones de la organización. Con esos ejercicios, se han podido monitorear avances de aportes de la organización a los lineamientos del Gobierno.

Innovación y gestión del conocimiento

ProColombia con el fin fortalecer el pensamiento innovador, el compromiso y el crecimiento del capital humano en la búsqueda de resultados que aporten a la transformación del país, genera diferentes espacios de innovación para sus colaboradores, dentro de los que se destacan:

- **Wavteq: Programa de capacitación y entrenamiento intensivo en Inversión** . Como se comentó anteriormente, en conjunto con el MinCIT, se desarrolló un programa de formación con la firma consultora Wavteq cuyo objetivo fue fortalecer la capacidad de promoción y atracción de inversiones con un enfoque especial en la generación de oportunidades efectivas. Este programa de capacitación y entrenamiento intensivo permitió:
 - Fortalecer las capacidades técnicas y comerciales
 - Fortalecer las metodologías y prácticas de atracción de inversiones
 - Mejorar la estrategia de acercamiento a las empresas objetivo, haciéndola más coherente, enfocada y flexible a las circunstancias actuales
 - Durante las sesiones hubo de los asesores comerciales tanto del eje de inversión, como oficinas comerciales y regionales, con una participación de 199 funcionarios.
- **Acompañamiento metodológico** – Este año se promovió el uso metodológico para la identificación de oportunidades para la internacionalización, en los que las personas colaboran rápida y eficazmente en torno a tareas y proyectos, para responder a los cambios del entorno. En este sentido se trabajó en espacios colaborativos para el diseño de los pilotos de inversión a través de metodologías ágiles, con una participación de 23 funcionarios.



- **Facilitación de talleres** – ProColombia continúa generando sesiones virtuales de co-creación para la identificación de problemas u oportunidades, tener nuevas perspectivas o solucionar retos no evidentes de la organización, que hoy en día son necesarios para alcanzar más fácilmente las metas trazadas a través de la innovación. Con base en este contexto, durante el 2022 se realizaron talleres de trabajo colaborativo con áreas internas como la VP de inversión y la VP de Turismo.

- **Gestión de conocimiento**
 - **Repositorio de consultas frecuentes** – Bajo el propósito de promover el crecimiento de las exportaciones colombianas de bienes no minero energéticos, se creó una guía para uso interno para la identificación de condiciones de acceso de mercancías en el mercado internacional, que resuelve preguntas frecuentes de las empresas con una estrategia de internacionalización. A través de esta nueva guía, los funcionarios de la entidad podrán atender con mayor agilidad las consultas relacionadas con los requisitos que determinan los países respecto al ingreso de mercancías y responder mejor a las necesidades del cliente externo. La guía se encuentra publicada en la Biblioteca ProColombia, la herramienta de gestión del conocimiento de la organización, la cual cuenta con el con el repositorio de los documentos para la gestión comercial y planeación sectorial.



PLAN DE TRABAJO 2023

Para el 2023, ProColombia continuará contribuyendo al crecimiento de la economía a través de la promoción de Colombia en el exterior, flexibilidad en las acciones y de ejecutor de las políticas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

En Exportaciones:

Desde el eje de exportaciones, se contribuirá al crecimiento de las exportaciones no-minero energéticas, trabajando desde 5 frentes estratégicos alienados a la estrategia del Gobierno Nacional y el MinCIT.

Más Mipymes exportando o con negocios facilitados por ProColombia: Para esto trabajaremos proactivamente en la promoción de exportaciones de micro, pequeñas y medianas empresas. Adicionalmente, a través de nuestro programa Fábricas de Internacionalización lograremos tener un mayor cubrimiento y trabajo conjunto fortalecido y permanente dentro de ProColombia.

Más empresas en territorios exportando o con negocios facilitados por ProColombia: Continuaremos identificando oportunidades en Zonas PDET y en municipios de menos de 200.000 habitantes, como también, en el levantamiento de oferta territorial de los diferentes sectores y en el acompañamiento a oferta exportable que requiere cerrar brechas para llegar a los mercados internacionales.

Más exportaciones NME promovidas por ProColombia llegando a LATAM y el Caribe:



Continuaremos aprovechando los acuerdos comerciales vigentes en LATAM y el caribe, para buscar el Equilibrio en las relaciones económicas y comerciales de Colombia en el mundo.

Más bienes de intensidad tecnológica y servicios promovidos activamente por ProColombia con enfoque sostenible: Trabajaremos en la identificación y apoyo al tejido empresarial con productos con intensidad tecnológica y con enfoque sostenible, para el fortalecimiento de los procesos de cierre de brechas.

Más unidades productivas de población diferencial, con negocios facilitados por ProColombia: Trabajaremos en la identificación de empresas conformadas por población diferencial, con el fin de mejorar el bienestar económico y social, internacionalización para la gente.

En Inversión Extranjera Directa

Se trabajará por atraer Inversión Extranjera Directa sostenible que contribuya a la transición energética, el desarrollo de las regiones, que promueva la transferencia de conocimiento técnico y el aumento de las exportaciones no mineras y de valor agregado para la búsqueda de la paz total.

Esto resultados se lograrán a través de 4 pilares estratégicos:

Contribuir al proceso de reindustrialización de Colombia buscando atraer inversión que contribuya:

- a la soberanía alimentaria y sanitaria;
- a la generación de valor en la producción nacional,
- a la transición energética e hidrógeno,
- a que Colombia sea plataforma exportadora de bienes y servicios
- a la atracción de fondos de capital privado y capital de riesgo para potenciar el tejido empresarial.

Inversión extranjera para el desarrollo regional, que la inversión llegue a municipios PDET, tenga impacto en diferentes regiones y potencie la generación de proveeduría local

Inversión Extranjera para la transferencia de conocimiento I+D+i, atraer inversión que contribuya con el desarrollo de proyectos con componentes de I+D+i que contribuyan al desarrollo científico y nuevos productos.

En turismo,

Se contribuirá con la generación de divisas al país con la llegada de turistas internacionales. Para ello se trabajará en.

Posicionar internacionalmente a Colombia como un destino sostenible de alta calidad, atrayendo turistas extranjeros y en nichos de alto gasto que aporten a un turismo enfocado a la



protección del medio ambiente y las comunidades. Para ello se trabajará articuladamente con los empresarios, las comunidades y demás actores del sector para que el turismo sea uno de los dinamizadores en el desarrollo social y económico en las regiones.

Promoción de los destinos turísticos de Colombia de las seis regiones con énfasis en la oferta de turismo étnico, comunitario, de paz y turismo diverso e inclusivo. Lo anterior, dando visibilidad a destinos emergentes y territorios, para la equidad y el bienestar, que se han transformado en torno a la paz ayudando a resignificar la historia del país. Esto se realizará mediante esquemas de formación, preparación y adecuación del tejido empresarial colombiano en nuevos territorios para la posterior comercialización de la oferta de estos nichos especializados.

Colombia como destino de turismo de reuniones. Se promocionará al país como destino para los eventos internacionales a través de la consolidación de un ecosistema de actores preparado para recibir eventos de acuerdo con las nuevas dinámicas de la industria de reuniones y prácticas de sostenibilidad que buscan utilizar óptimamente los recursos medioambientales, respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades, asegurar actividades económicas viables a largo plazo e involucrar a los asistentes de los eventos en las estrategias de sostenibilidad.

Ejecución de **campañas y acciones de promoción internacional que transitan de manera escalonada hacia el B2C (público final)**, alineadas con la campaña de promoción nacional, para dar a conocer al público final, de los mercados internacionales con alto potencial, la oferta turística de Colombia desde los productos y regiones turísticas priorizadas por el Gobierno Nacional. Se ha acompañado en el diseño de sellos y certificaciones de paz, sostenibilidad y calidad turística que contribuyan con el fortalecimiento de la competitividad en el sector haciéndolo un dinamizador para la vida. Alineación en mensajes, y productos audiovisuales de ambas campañas.

Finalmente, **Potenciar las capacidades del país en términos de conectividad aérea, terrestre y marítima** e inversión sostenible, a la medida de los territorios, en infraestructura turística y hotelera que contribuya a fortalecer la industria turística y establezca estándares para la contemplación, comprensión y conservación de la biodiversidad, así como para la co-creación, conexión y conservación de la ancestralidad y expresiones culturales.



EJECUTADO POR:



PROCOLOMBIA
EXPORTS TOURISM INVESTMENT COUNTRY BRAND

COLOMBIA 