

PROCOLOMBIA



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

JUAN SEBASTIAN BARGANS



¿Quiénes somos?

ProColombia

Promueve las exportaciones, el turismo, la inversión, la expansión de la industria para la internacionalización e integra el trabajo de **Marca País** en el plano estratégico de promoción de Colombia.

Queremos que ProColombia se consolide como la gran multinacional que **contribuye efectivamente** a la internacionalización del país

Colombia tiene una economía dinámica y se proyecta como uno de los líderes de crecimiento en América Latina



Producto Interno Bruto,
Crecimiento Promedio
2005-2017

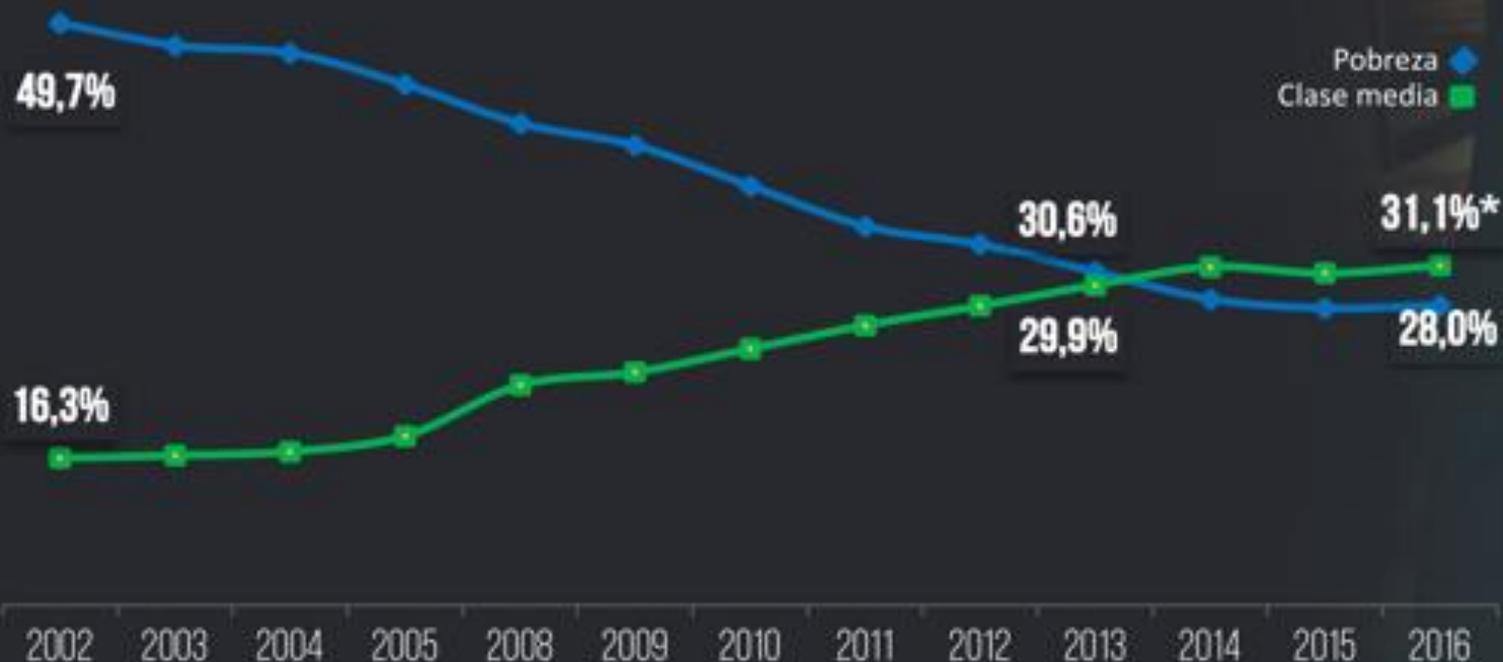
Fuente: IMF 2017



Una creciente clase media

PORCENTAJE DE PERSONAS EN CONDICIÓN DE POBREZA

2002 - 2016



Tenemos una tasa de desempleo de un dígito desde **2013**

Fuente:

Indicadores de Pobreza: DANE

Clase Media(2002-2011) La evolución de la clase media en Colombia. Documento CEDE #50

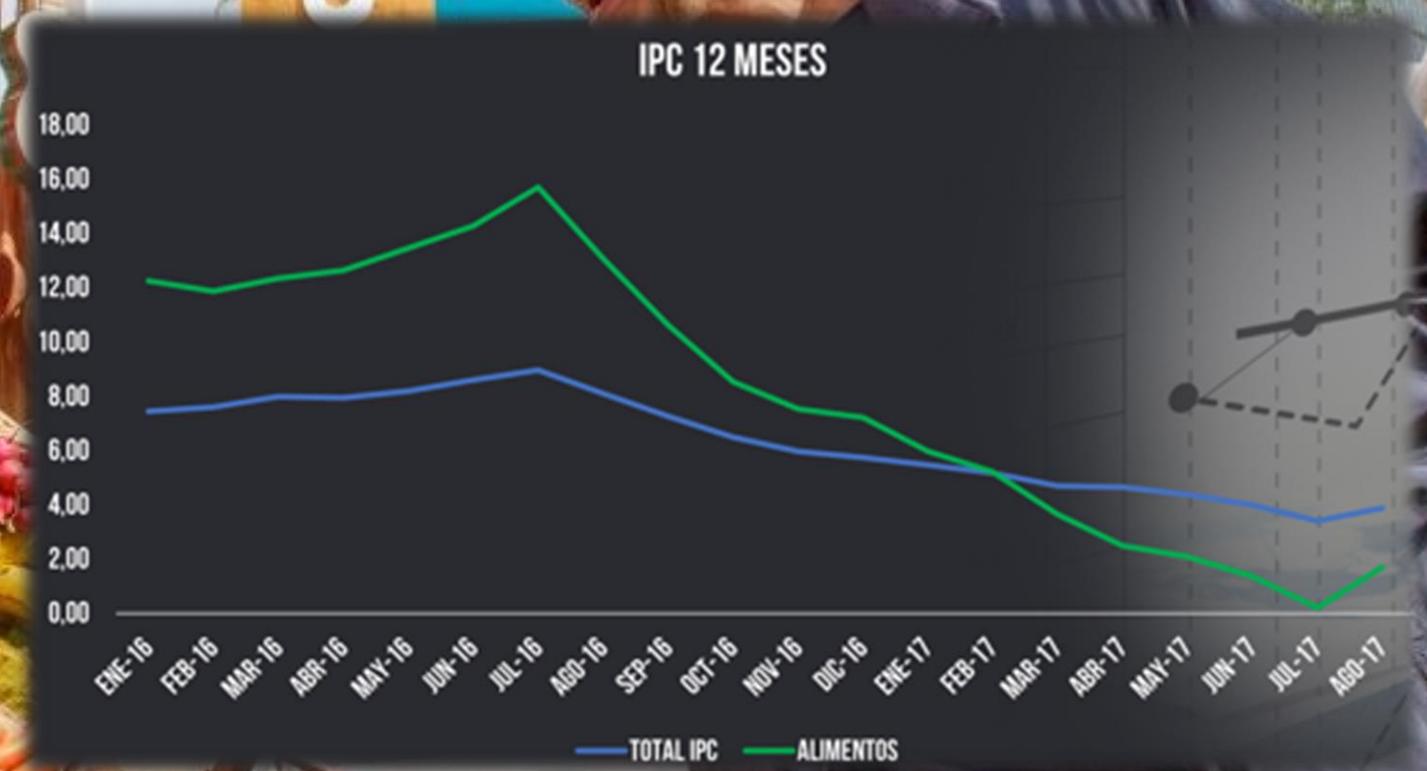
Clase Media(2013-2014) Raddar

*Clase Media (2016) *Dato estimado por PROCOLOMBIA

Mejora constante de tasa de inflación

Nuestras tasas de intervención de política monetaria están a la baja desde principios de **2016**

Tenemos una tasa de cambio que facilita la exportación desde **2015**



Fuente: DANE

Los productos colombianos llegan a **más del 80%** del territorio **mundial**



MERCADOS

2010
168

2017
191

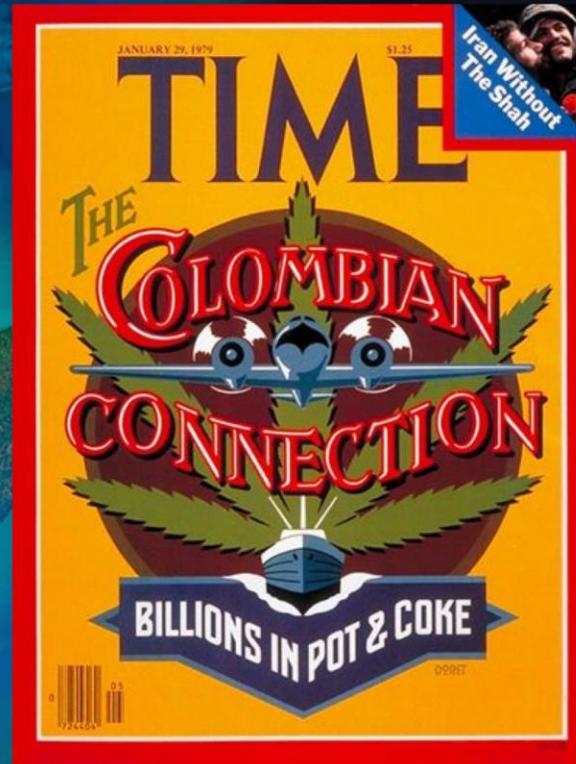


EMPRESAS

2010
9.231

2017
10.514

SE TRANSFORMA POSITIVAMENTE LA PERCEPCIÓN DE COLOMBIA EN EL MUNDO



PORTADA 1979



ACTUALIDAD

COLOMBIA

**PROTAGONISTA EN LOS
MEDIOS INTERNACIONALES**



PROCOLOMBIA

EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

COLOMBIA, EPICENTRO ESTRATÉGICO COMERCIAL



*SON ACUERDOS DE ALCANCE PARCIAL
--- LA LÍNEA AZUL INDICA LOS PAÍSES MIEMBROS DE LA ALIANZA PACÍFICO DIFERENTES A COLOMBIA – CHILE, PERÚ Y MÉXICO.
FUENTE: MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO, ENERO 2017

La Nueva ProColombia



El driver de ProColombia es
NUESTRA GENTE



Nuestros objetivos misionales están encaminados a generar **desarrollo, empleo y bienestar** para los colombianos, esto sólo lo puede generar un equipo que se desarrolla y está realizado en su trabajo

Promesas de la institu



La gente

- Motivación
- Equilibrio entre la vida personal y laboral
- Desarrollo personal y profesional



La innovación

- Pensando fuera de la caja
- Permittiéndonos pensar diferente
- Data driven
- Apoyándonos en la tecnología
- Escuchando a nuestros stakeholders



Colombia con sentido social

- Apoyo permanente a los microempresarios
- Llegando a sitios no explorados
- Generando las capacidades en las empresas
- Responsables con el nuevo país, un país en paz
- Es el momento de Colombia!!!

Objetivos 2017-2018



Tener foco en nuestras actividades
(sectores, mercados)



Fomentar la sinergia de los recursos
(ejes, sectores, áreas)



Mediante metas ambiciosas, retadoras pero alcanzables



Teniendo un equipo motivado
(cultura enfocada a la felicidad)



Lograr más con los recursos disponibles
(ser más eficientes)

Hoy se evidencian 15 subsectores de alto potencial, teniendo en cuenta su concentración y la demanda real

Potencial (demanda + competitividad)

Alto

Bajo



Baja

Alta

Tamaño actual y crecimiento

Fuente: IHS Global Insights; DANE; UN Comtrade; UN Services; Global McKinsey; Análisis equipo de trabajo

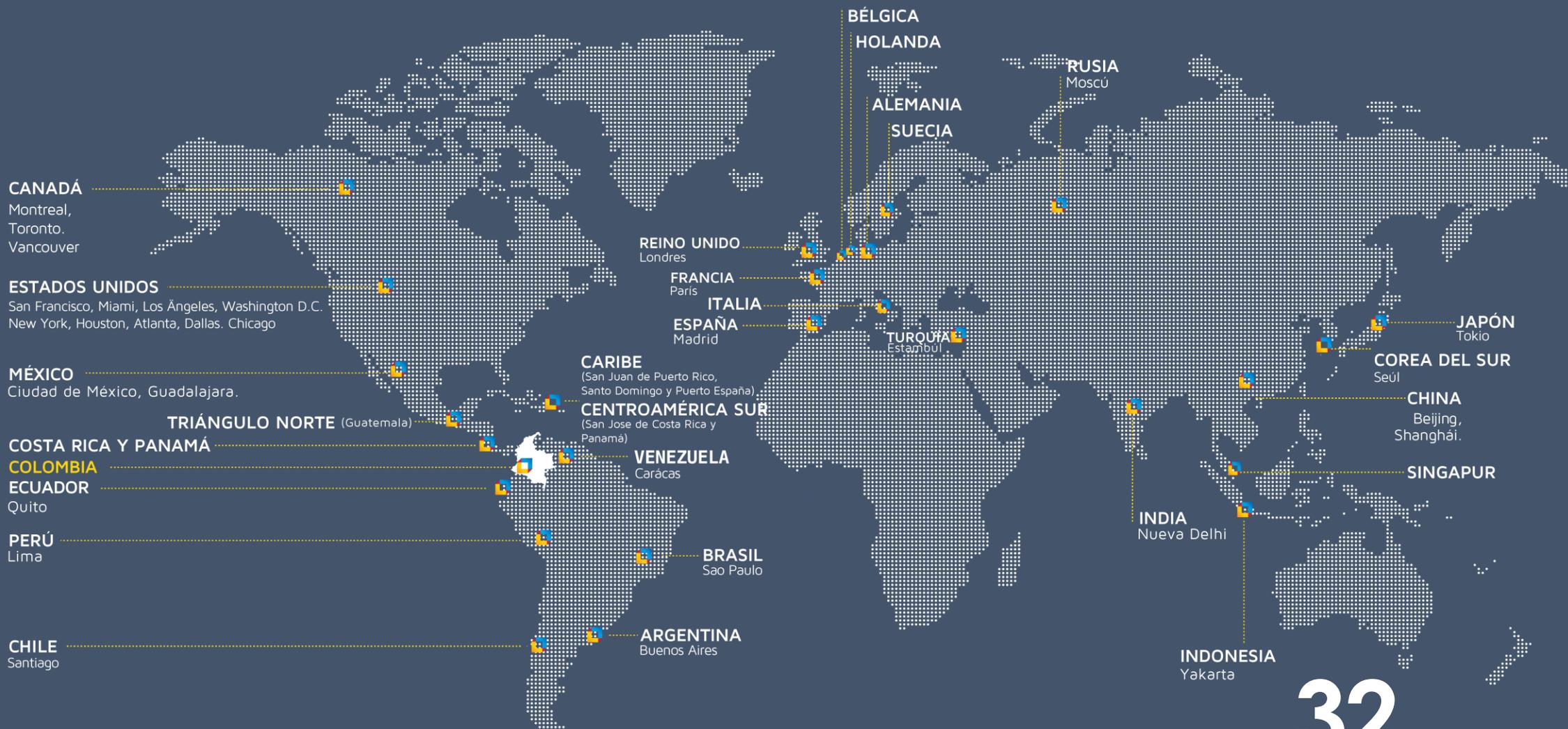
Los 15 subsectores de alto potencial corresponden a 5 cadenas priorizadas por el Ministerio

Cadenas de valor PDP	Subsectores	Tamaño actual y crecimiento	Potencial
	Turismo ○ Turismo	✓	✓
	Químicos / ciencias de la vida ○ Químicos, farmacéuticos, plástico, equipo técnico	✓	✓
	Metal-mecánica ○ Maquinaria, eléctrico-electrónica, autopartes	✓	✓
	Agro-Alimentos ○ Frutas y vegetales, flores/plantas vivas, café y agroindustria	✓	✓
	Industrias 4.0 ○ Servicios de apoyo a negocios, TI y servicios financieros y Salud	✓	✓
	Sistema moda ○ Prendas de vestir, textiles, calzado y bisutería	✗	✗

✓ Empleo

Los subsectores económicos pertenecientes al “Sistema moda” no resultan identificados como de alto potencial en los métodos de priorización cuantitativos, sino por **EMPLEO**

Presencia de ProColombia en el mundo



32
países

La presencia de ProColombia en el país



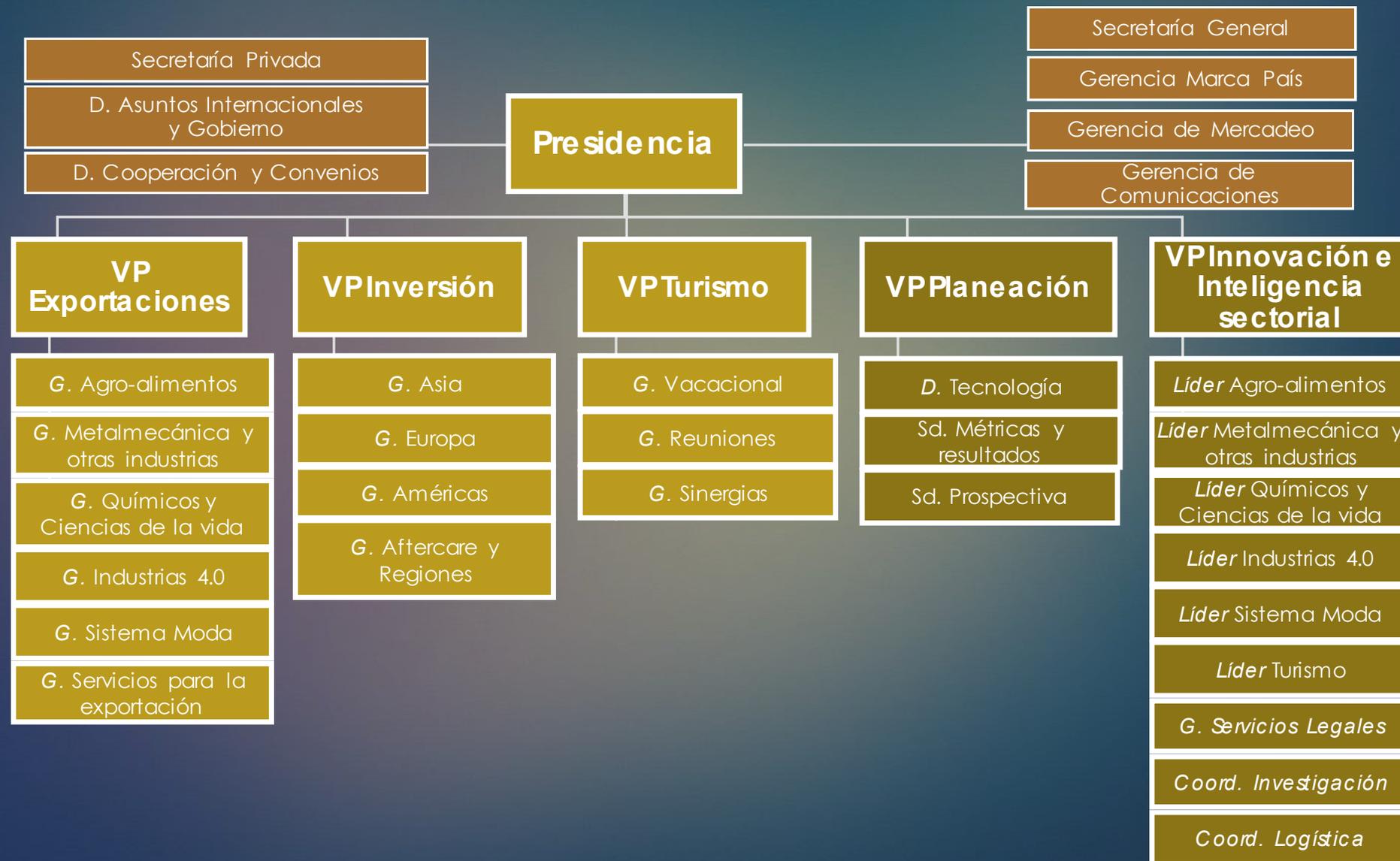
27 Centros de información



8 Oficinas regionales

Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali,
Cartagena de Indias, Cúcuta, Medellín, Pereira

El nuevo modelo organizacional



INVERSIÓN



La buena noticia es que la IED en Colombia **continúa diversificándose** hacia sectores no tradicionales

El posconflicto **permitirá el acceso a nuevas tierras** para las que será estratégica la llegada de nueva inversión extranjera

COLOMBIA, UN PAÍS CON GRADO DE INVERSIÓN Y PERSPECTIVAS POSITIVAS

	STANDARD & POOR'S	FitchRatings	MOODY'S
PERIODO	LARGO PLAZO- MONEDA EXTRANJERA	LARGO PLAZO- MONEDA EXTRANJERA	LARGO PLAZO- MONEDA EXTRANJERA
CALIFICACIÓN	BBB	BBB	BAA2

EN JULIO DE 2014, MOODY'S FUE LA ÚLTIMA AGENCIA CALIFICADORA EN MEJORAR LA CALIFICACIÓN DE COLOMBIA DEBIDO A DOS FACTORES CLAVE:

1. CRECIMIENTO POSITIVO GRACIAS A LA INFRAESTRUCTURA 4G.
2. UNA GESTIÓN FISCAL SÓLIDA QUE CONTINUARÁ EN EL FUTURO.

FUENTE: CLASIFICACIONES S&P; REVISTA DINERO, TESORERÍA COLOMBIANA.

Pilares estratégicos para incrementar la IED

1

Atraer IED que genere nuevos procesos de exportación, posicionando a Colombia como plataforma exportadora.

2

Atraer IED que genere mejoras en competitividad, transferencia de tecnología y/o complemente las cadenas productivas.

3

Atraer fondos de inversión que potencien las empresas competitivas.

4

Generar un mayor impacto de la Inversión extranjera en las regiones de Colombia Posconflicto.

5

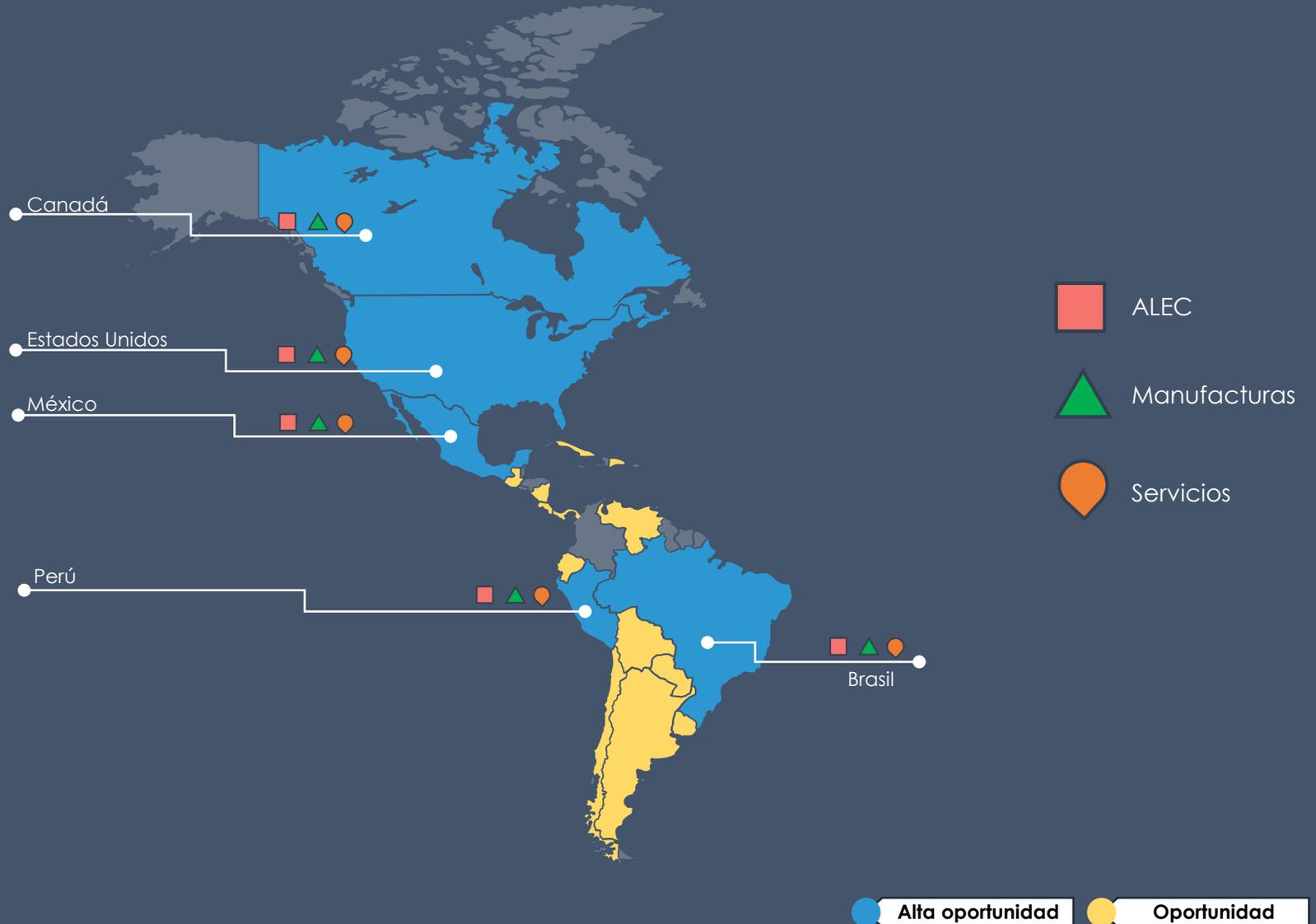
Generar empleo de valor agregado.

6

Potenciar la reinversión de las 550 empresas multinacionales instaladas.

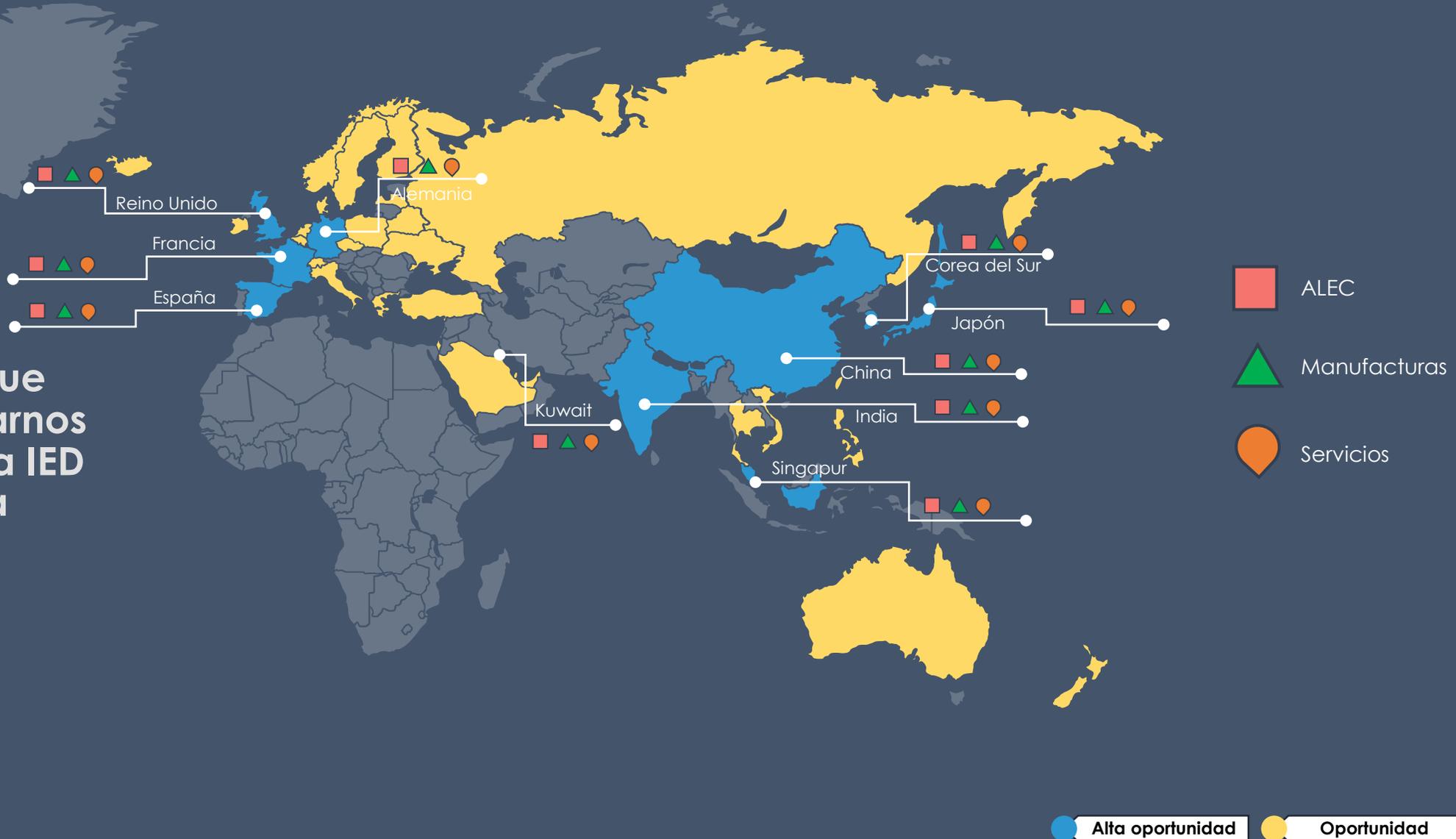
Estrategia Inversión

Países en los que debemos enfocarnos para promover la IED en Colombia



Estrategia Inversión

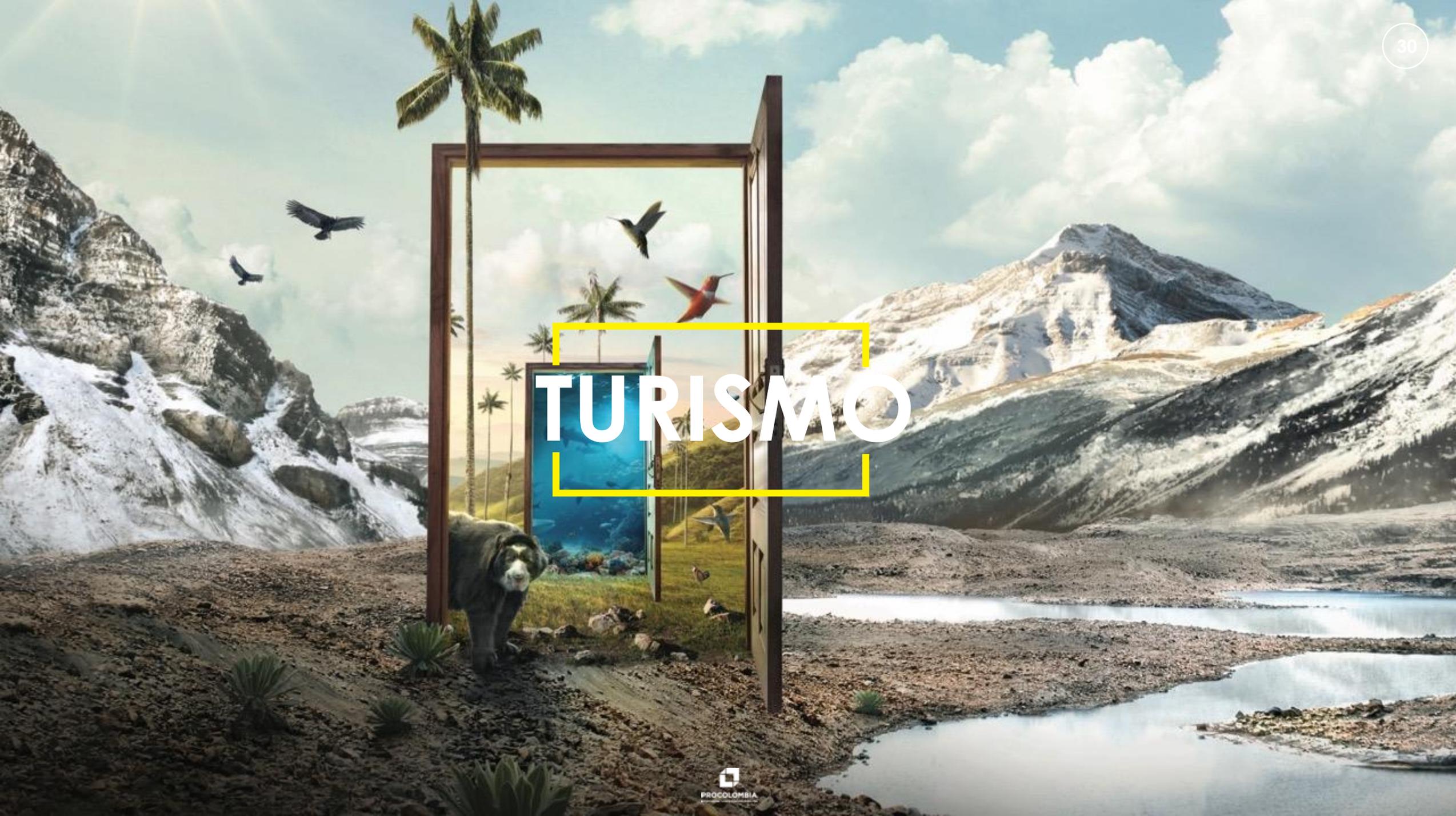
Países en los que debemos enfocarnos para promover la IED en Colombia



También queremos **promover la reinversión** de las multinacionales instaladas en Colombia, que generen nuevos procesos productivos en el país



TURISMO



El turismo será un **motor determinante** en el posconflicto



Objetivo general

Promover el posicionamiento de Colombia como destino turístico internacional, de **alta calidad y sostenibilidad**, a través de sus **productos regionales**, y hacer de la industria uno de los principales **generadores de divisas y empleo**.

Objetivos específicos

- 1 Focalizar las **acciones en viajeros y productos** que generan más gasto, priorizando el nicho de avistamiento de aves.
- 2 Incorporar el tema de paz en la estrategia de promoción del turismo.
- 3 Atraer un mayor número de turistas a través de **estrategias y acciones diferenciadas** para las **temporadas altas y bajas**.
- 4 **Incrementar** la captación de eventos de talla internacional en Colombia.
- 5 **Aumentar la presencia** de Colombia en los **catálogos y publicaciones** internacionales relevantes para el turismo.

Como la gran agencia de mercadeo del país,
estamos promocionando Colombia, con una
estrategia de segmentación por nichos



Trans
versales