

# EVOLUCIÓN



**PROCOLOMBIA**  
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

La Ley 7 de 1991 regula el comercio exterior del país y a través de ella se crea el **Ministerio de Comercio Exterior**. Se expide el decreto 2505 de 1991 por el cual se crea **Proexport**.

Realiza la primera **macrorrueda de negocios** en Cartagena con compradores de Estados Unidos.

Nace el programa **Expopyme**, en alianza con las universidades con el fin de acompañar a las empresas a diseñar su plan exportador para llegar a los mercados potenciales, el programa se termina en el 2012 por falta de demanda de los empresarios

Se implementa un **nuevo modelo de atención** a los empresarios que busca generar valor y facilitar negocios (generar y hacer seguimiento a oportunidades de negocios para ello se implementa un CRM para el seguimiento estratégico a los clientes en Colombia y en el exterior). También nacen los 'maleteros', o funcionarios que salen a buscar oportunidades e información de mercado para los empresarios colombianos, lo que permite un mayor cubrimiento en los mercados internacionales sin necesidad de tener una oficina comercial.

1991

1992

Proexport nace oficialmente el **5 de noviembre** con el objetivo de promover las exportaciones en los mercados internacionales.

1997

2000

Se lanza **Intlexport** - herramienta que permitía consultar información de comercio exterior, estudios de mercados en línea.

2000

2002

En alianza con las cámaras de comercio y organismos regionales se crean 20 **centros de información y asesoría de comercio exterior** - Zeiky.

2003

2003

Realiza la primera **macrorrueda de negocios en el exterior** (Perú).

2004

Se asume por mandato presidencial la **promoción internacional del turismo**



**PROCOLOMBIA**  
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

**COLOMBIA** 

Recibe la misión de promocionar a Colombia como destino de **inversión extranjera directa**

2005

Lanzamiento de la campaña '**Colombia, el riesgo es que te quieras quedar**'.

2007

Inicia **promoción conjunta** con organismos homólogos como ProChile.

2011

Se lanza la **Marca País CO** como la nueva estrategia para posicionar la imagen de Colombia en el mundo, con la campaña de comunicación '**La respuesta es Colombia**'.

2012

Se fortalece la presencia en las diferentes regiones para identificar la oferta con potencial exportador - los Zeiky migran a **centros de información**.

2013

Se publica el primer informe de **sostenibilidad** de la organización, pionera en Latinoamérica como TPO

2013

Se realiza el primer megaevento - la **Macrorrueda de Negocios** número 50, con más 900 compradores internacionales, y rueda de negocios de inversión.

2014

**Cruceros regresan al país** con apoyo de la entidad como el Royal Caribbean y el Princess Cruise.

2007

**Sinergias** con el sector Comercio, Industria y Turismo: alineación del Ministerio y los entes vinculados y adscritos.

2008

Se fortalece la presencia en **Asia**.

2011

Inicia el **acompañamiento** a los empresarios que quieren expandirse en los mercados internacionales - inversión colombiana en el exterior.

2013

Lanzamiento de la campaña de turismo '**Colombia es Realismo Mágico**'

2013

Proexport evoluciona a **ProColombia** producto del progresivo aumento de las funciones y resultados.

2014

En conjunto con el MINTIC y ProColombia, nace la campaña **Colombia Bring IT On** para el impulso de exportaciones de servicios de software y TI

2014

3 AÑOS



PROCOLOMBIA  
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

COLOMBIA CO

ProColombia se reorganiza y establece un liderazgo centrado en las **personas** y en la **innovación**

Se crea la figura de **Hub** para agrupar regionalmente las oficinas internacionales y la Vicepresidencia de Innovación e Inteligencia Sectorial para generar sinergias entre los ejes de negocio, con coordinaciones regionales, y la Vicepresidencia de Inversión se organiza por regiones geográficas.

Ajuste en la composición de los **Hubs** con el fin de promover la generación de las sinergias entre las distintas oficinas, ejes y dinámicas frente a estrategia, presupuesto y metas, disminuyendo de 7 a 5, y reorganizando América.

Se adelanta una planeación con Mckinsey para entender los cambios en el mundo y alinear la estrategia de ProColombia para seguir atendiendo necesidades. Se establecen **tres estrategias transversales**: transformación digital de punta a punta de ProColombia; priorización de productos y mercados (planes sectoriales) para aumentar la efectividad; y una ProColombia más volcada al exterior y a las regiones, entendiendo las necesidades y cultura de nuestros clientes.

Lanzamiento de los Manuales de Guías de Turismo Naturaleza "**COntemplar, COmprende y COnservar**" y turismo de cultura "**COcrear, COnectar, COnservar**".

2016

2018

2019

2021

2021

2017

2019

2019

2020

2021

2021

2021

Lanzamiento "**Colombia, tierra de la Sabrosura**".

El MinCIT y ProColombia realizaron la primera versión de los **Premios Nacionales de Turismo**.

Puesta en marcha de la Estrategia **CO-nectados** uniendo esfuerzos de Cancillería, MinCIT y ProColombia.

Debido a la pandemia del covid-19 ProColombia continúa con toda su labor virtualmente y logra migrar de macrorrueda presencial a virtual en **48 horas**, todos los servicios se ofrecen virtualmente, se mantiene constante comunicación con empresarios en Colombia y en el exterior, y los negocios siguen. En turismo se diseñan estrategias y campañas para mantener a Colombia en el radar de los turistas internacionales y en Colombia se generan programas de formación exportadora para capacitar sobre las nuevas dinámicas y preferencias de los turistas.

La Vicepresidencia de Innovación e Inteligencia Sectorial se transforma en la **Vicepresidencia de Estrategia Internacional e Innovación**, que lidera las tres estrategias transversales enunciadas.

Nueva estrategia para promocionar el país a nivel internacional a través de las **seis regiones turísticas**.

En abril se realizó el lanzamiento nacional e internacional del nuevo manifiesto país: **Colombia el país más acogedor del mundo**.