

Bogotá, 24 de agosto de 2020

SG-2020-3424

Doctora
OLGA LUCIA GRAJALES GRAJALES
Secretario General
COMISIÓN SEGUNDA DE RELACIONES EXTERIORES, COMERCIO EXTERIOR, DEFENSA Y SEGURIDAD NACIONAL
CONGRESO DE LA REPÚBLICA
Ciudad

Respuesta comunicación del 14 de agosto de 2020 Proposición 006 (13 de agosto de 2020) “Reactivación económica”. Presentada por los HHRR. Juan David Vélez, Ricardo Ferro Lozano

Respetada Doctora Grajales,

De manera atenta nos permitimos dar respuesta a la comunicación del 14 de agosto de 2020 por medio de la cual se remite la proposición 006 del 13 de agosto de 2020, con el fin de absolver el cuestionario adjunto, el cual guarda relación con las medidas adoptadas por el Gobierno Nacional para la reapertura económica del país y las estrategias de fortalecimiento institucional para la activación y aceleración de la industria.

Sobre el particular nos permitimos resaltar que el Fideicomiso Procolombia, es un patrimonio autónomo sin personería jurídica, constituido mediante un contrato de Fiducia Mercantil protocolizado a través de la Escritura Pública No. 8851 del 5 de noviembre de 1992, suscrita entre la Nación, representada por el Banco de Comercio Exterior -Bancoldex, y la Fiduciaria de Comercio Exterior S.A. –Fiducoldex, cuyo régimen legal para todos los actos y contratos por disposición legal, es el del derecho privado.

En consecuencia, este Fideicomiso no forma parte de la Rama Ejecutiva del Poder Público en el Orden Nacional, en los términos del artículo 38 de la Ley 489 de 1998 ni tampoco está en la clasificación de entidad adscrita o vinculada al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, razón por la cual sobre él no versa o recae el control político que ejerce el Congreso de la República, de acuerdo con lo establecido en el artículo 114 de la Constitución Política de Colombia y el artículo 258 de la Ley 5 de 1992.

Ahora bien, respecto del cuestionario remitido, nos permitimos presentar la siguiente información:

1. **¿Cuáles son las estrategias de ProColombia para impulsar al país como destino turístico atractivo y seguro para el viajero internacional postpandemia?**

En ProColombia estamos trabajando en un plan de recuperación del sector turismo centrando nuestros

esfuerzos en las siguientes prioridades: adaptarse al cambio, facilitando la conectividad del transporte aéreo y reforzar la confianza del viajero internacional en su capacidad para visitar nuestros destinos de manera segura.

Con estas prioridades en mente, estamos dedicados a apoyar la recuperación de la industria turística de Colombia dentro de la estrategia “Compromiso por Colombia” liderada por el Gobierno Nacional.

En primer lugar, con el fin de adaptarnos al cambio, en términos de conectividad aérea internacional, se redujo el impuesto a las ventas de boletos de avión del 19% al 5%, lo que representa una reducción de 14 puntos porcentuales en los precios finales de los boletos.

El 1 de junio las aerolíneas comenzaron a vender boletos nuevamente hacia Colombia y las operaciones aéreas internacionales comenzarán el 1 de septiembre. Por su parte, Air Canada anunció el restablecimiento de su ruta Bogotá - Toronto a partir de septiembre. Y el 21 de julio, el país realizó su primer vuelo de prueba local entre Bucaramanga y Cúcuta, dos ciudades ubicadas en el noreste de Colombia. Para septiembre, esperamos la reapertura de 15 rutas piloto de transporte aéreo doméstico.

Asimismo, estamos trabajando en la identificación de “burbujas” para incentivar el tráfico internacional con países como Argentina y Perú. Tomando como ejemplo mercados que tienen una curva de aprendizaje más madura respecto a la pandemia, queremos incentivar el acuerdo de reciprocidad para recibir viajeros provenientes de países similares al nuestro a nivel regional, con el fin de apalancar y recuperar la conectividad aérea.

En segundo lugar, ProColombia se encuentra brindando herramientas para ayudar a las empresas del sector de viajes a mantener sus negocios a través de estrategias de reenfoque, así como rediseñando productos y experiencias de acuerdo con los nuevos tipos de consumidores y los cambios en el comportamiento del mercado.

La entidad está brindando capacitación virtual a través de nuestro Programa de Formación Exportadora en Turismo. Esta herramienta ofrece una serie de cursos en diferentes temas, incluyendo bioseguridad, paquetes turísticos y sostenibilidad, entre otros.

Actualmente se han registrado 15.668 asistentes y tenemos 87 cápsulas al aire con un alcance en 30 de los 32 departamentos del país. Cabe resaltar que, durante 2019, en el formato presencial, este programa tuvo 10.000 participantes de toda Colombia.

Bajo el liderazgo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, hemos lanzado el sello Check-In Certificado, primera certificación en el mundo respaldada por la Organización Mundial de Turismo, y con el cual se busca generar confianza entre los prestadores de servicios turísticos y los consumidores. Lo que busca dicho sello es certificar el cumplimiento tanto de los protocolos generales como de los protocolos específicos de bioseguridad. Si bien está orientado tanto para aerolíneas, prestadores de servicios y atractivos turísticos, deja abierta la posibilidad para ser utilizado por otros sectores.

Esta iniciativa también se refuerza a través de nuestro portal de turismo Colombia.travel, por medio del cual hemos dispuesto un Micrositio Covid-19, con información relevante sobre los protocolos emitidos por el Gobierno, medidas de alivio y mitigación orientadas al sector del turismo, principales cifras de la situación actual del país con respecto al contagio, y los anuncios más relevantes del Gobierno Nacional en términos de los periodos de confinamiento, y en términos de la emergencia económica y sanitaria que continúa vigente en el país.

En referencia a las sinergias institucionales que estamos adelantando, ahora trabajamos en importantes alianzas para acompañar a las empresas colombianas y al sector turismo en su proceso de reactivación. Hemos establecido sinergias con entidades especializadas en empleabilidad como Konecta y Eightfold, para conectar a más de 480 personas con vacantes asociadas al sector del turismo.

A partir de nuestras alianzas regionales, hemos apalancado recursos con el Banco Interamericano de Desarrollo y la Alianza del Pacífico, para establecer plataformas comerciales de reactivación, como la próxima Macrorrueda de la Alianza del Pacífico, que se llevará a cabo del 5 al 8 de octubre de este año, y un plan de marketing de promoción de destino.

Por último, para recuperar la confianza del viajero internacional en su capacidad para visitar y viajar con seguridad dentro de Colombia, hemos enfocado nuestra misión de promoción en 263 acciones. Como comentamos anteriormente, ProColombia creó y lanzó una campaña multicanal en marzo con el mensaje "Cuidémonos ahora para encontrarnos pronto", que ahora se encuentra en su segunda fase "Nos encontraremos pronto" para enviar un mensaje empático a nuestros viajeros en todo el mundo, alcanzando 75 millones de impactos. En el marco de "Compromiso por Colombia" también estamos muy alineados en la política de turismo sostenible; en la construcción de las narrativas regionales; en el manual de formación Guianza naturaleza; y en inversión extranjera y política de infraestructura turística. Nuestra meta en este último punto es alcanzar una inversión por USD 200 millones con 5 proyectos generando 800 empleos para 2022.

Una vez que el turismo se recupere, los viajeros estarán interesados en experiencias naturales y culturales que realmente los ayuden a conectarse con el destino. En este sentido, Colombia tiene mucho que ofrecer y debería estar en la lista de los próximos destinos a visitar de los turistas internacionales. Se trata además de reconsiderar desde los Gobiernos, políticas públicas que estén orientadas a un turismo sostenible, comunitario y el cual encamina a los países como destinos responsables.

Además, en cabeza del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se está trabajando en algunas reformas a la Ley de General de Turismo. Se trata de una iniciativa para fortalecer al sector y los lineamientos de aplicación en materia sostenible. Entre los puntos a priorizar, se encuentran los principios y conceptos de turismo sostenible, las competencias de distintas entidades, las obligaciones de los prestadores de servicios turísticos, la regulación de plataformas digitales, entre otros.

Para ProColombia, es de suma importancia poder aportar en estos propósitos, en especial, todo lo relacionado a la formalización de los operadores turísticos y a reorientar sus productos hacia un turismo sostenible y responsable.

2. **El pasado 6 de agosto el Departamento de Estado de los Estados Unidos de América publicó el ‘Colombia Travel Advisory’, en donde Colombia aparece como uno de los países a los que recomiendan no viajar a sus connacionales debido a la pandemia de COVID-19 y factores de delincuencia y terrorismo, ¿cuáles estrategias adelanta ProColombia para confrontar este Aviso y que no se afecte el comercio, la industria y el turismo proveniente del extranjero?**

El Gobierno de Estados Unidos, a través de su portavoz de la Sección Consular de la Embajada de Estados Unidos en Colombia, aclaró que la publicación de Travel Advisory hacia Colombia se debe a las circunstancias actuales debido a la pandemia. Esta reclasificación también fue determinada para otros países de la región de Latinoamérica y se estaría modificando una vez se reinicie la apertura de fronteras, operaciones aéreas y tráfico de viajeros entre ambos países.

ProColombia junto con la embajada de Estados Unidos, a través de sus canales oficiales (Departamento de Estado a través de la Embajada de Colombia en Estados Unidos), está preparando distintos espacios de socialización de contenidos asociados a la Estrategia de Reactivación que está adelantando el país en cabeza del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con el fin de acelerar la reclasificación y revertir la clasificación 2 otorgada al país, procedimiento que es discrecional del Gobierno de los Estados Unidos.

3. **Indique si, en conjunto con el Ministerio de Defensa Nacional, desarrollan algunas estrategias para mitigar especialmente los factores y la imagen de seguridad que afectan directamente el posicionamiento de Colombia como atracción turística y de inversión internacional. De ser positiva la respuesta, mencione las estrategias.**

Desde el punto de vista de atracción turística

Actualmente ProColombia, al ser la agencia de promoción del turismo internacional, no se encuentra adelantando estrategias puntuales con el Ministerio de Defensa, en tanto esta labor está a cargo del Ministerio de Relaciones Exteriores. A pesar de ello, hemos liderado acciones puntuales para este efecto, como por ejemplo, la participación en mesas de trabajo en las cuales participan el Ministerio de Salud, Cancillería, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y las Embajadas en Colombia con el fin de revisar el estado actual de las cifras en defensa y seguridad, e información relevante sobre los distintos destinos del país dependiendo de su nivel de alerta con el propósito de que estos canales oficiales hagan las mejoras que haya lugar a través de sus Ministerios de Relaciones Exteriores.

Desde el punto de vista de atracción de inversión internacional

Con el Ministerio de Defensa no se han trabajado temas para mitigar la imagen de seguridad del país, pero si se han realizado actividades puntuales con diferentes agencias del GRUPO SOCIAL Y EMPRESARIAL DE LA DEFENSA - GSED, Ministerio de Defensa, principalmente CIAC, Cotecmar e Indumil.

3.1. Apoyo en el proceso de internacionalización de Indumil, en el cual, tanto el área de Exportaciones como

Marca País han asistido en diseño de stand para un par de ferias de armamento.

3.2. Apoyo con la CIAC, Corporación de la Industria Aeronáutica Colombiana para fortalecer el encadenamiento productivo de aero-piezas producidas en Colombia

3.3. Apoyo al fortalecimiento de las capacidades del sector astillero de la mano de COTECMAR por medio de la identificación de necesidades del sector e internacionalización de los servicios del astillero.

4. ¿Cuáles estrategias desarrolla Procolombia para ayudar en los procesos de internacionalización de aquellas empresas que están buscando exportar en medio de la actual coyuntura?

Los servicios desde los Programas de Formación Exportadora han migrado todos a formato virtual. Adicional ferias y ruedas de negocios que cubren la promoción comercial se han realizado de manera remota, por plataformas digitales como Microsoft Teams o Zoom, por lo que toda la atención al usuario no ha parado en ningún momento. En la actual coyuntura ProColombia ha participado activamente en acompañamiento a empresarios en la Mesa de Facilitación del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo teniendo líneas claras de apoyo en cuanto a: Decreto 462 resolución 445 y 457, Decreto 636 – sectores en apertura, Protocolos de Bioseguridad, Regulación Invima para sector farma, cosméticos, sistema moda, dispositivos médicos en el marco de la emergencia, Subsidios a la nómina y líneas de crédito para las pymes.

Fábricas de Internacionalización es una Iniciativa del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, liderada por ProColombia con el apoyo de iNNpulsa, que busca incrementar las exportaciones no minero energéticas, fomentar la cultura exportadora y ampliar el tejido empresarial exportador. El programa cuenta con 6 líneas de servicio, donde el empresario podrá beneficiarse de hasta un (1) año de asesoría especializada en máximo tres (3) líneas, en formato virtual. Se busca acelerar y fortalecer el proceso de internacionalización minimizando riesgos y maximizando la competitividad a través del aprovechamiento de acuerdos comerciales vigentes. Promueve la incorporación de nuevos canales y la generación de modelos asociativos. Transfiere conocimiento de mentores con amplia trayectoria internacional y apoya la definición del modelo de negocio más estratégico acorde a las exigencias del mercado y a los grandes retos derivados de la coyuntura actual, el programa está enfocado a apoyar a la pequeña y mediana empresa. Además, a través de otro aliado como el BID apoyaremos a un grupo especial de empresas de industrias 4.0 o empresas basadas en la creatividad que harán parte del mismo programa.

5. ¿Cuáles factores ha identificado ProColombia en cuanto a los cambios sobre el comportamiento del consumidor y de los mercados internacionales sobre Colombia?

Para esta pregunta proponemos usar el estudio adjunto que conjuntamente trabajamos (hecho por ProColombia 100%) con la VPIIS y las oficinas comerciales sobre tendencias en los mercados en cuanto a cambios en el consumidor, además que da una línea clara de reapertura que es un factor identificado clave como lo dice la pregunta.

6. ¿Cuáles estrategias tiene ProColombia para, a través de alianzas interinstitucionales, articular acciones, inversiones y gestiones que permitan una recuperación del turismo y la inversión extranjera en Colombia?

Procolombia ha venido trabajando en los últimos años con las regiones con el apoyo de las Agencias de Promoción Regionales de Inversión (APRIS) con las cuales se articulan actividades de promoción conjunta como giras internaciones a países que son seleccionados como potenciales emisores de inversión; de igual forma con ellos se apoya en atención de requerimientos específicos regionales y atención presencial en las agendas (ahora virtuales). Las APRIS apoyan en las regiones al levantamiento de proyectos de inversión y diseñar la propuesta de valor de la región que nos permite a Procolombia cruzar con los intereses/necesidades de los potenciales inversionistas.

De igual manera con algunas agencias/ministerios de gobierno como FDN, Ministerio de Minas y Energía, Ministerio de Transporte, Ministerio de las Telecomunicaciones, ANI, entre otras; trabajamos de la mano en la promoción de aquellos proyectos que estas agencias estructuran o lideran por medio de la red de oficinas comerciales de Procolombia en el exterior. Se han realizado actividades conjuntas (webinars) para promover Proyecto de Regasificadora del Pacífico, Navegabilidad del Río Magdalena, Subasta de Proyectos renovables, Subaste del Espectro, Proyectos de infraestructura 5G, Proyectos de distribución eléctrica y generación, renovación de flota de buses de Transmilenio; también apoyamos con divulgación de proyecto Metro de Bogotá y RegioTram.

Adicionalmente se están revisando diferentes opciones con CISA y SAE para que algunos lotes, predios, inmuebles que administra el Estado puedan por medio de alguna figura legal puedan ser considerados por inversionistas extranjeros en caso de requerir uso de tierra, lotes, bodegas.

Para recuperación de Turismo, puntualmente la atracción de inversión en infraestructura turística como habilitadora de la atracción de turismo internacional, con Fontur se está desarrollando un trabajo conjunto para la identificación de proyectos turísticos que estén estructurados y en búsqueda de capital extranjero para su promoción en el exterior. De igual manera con la Organización Mundial del Turismo se están realizando ejercicios de promoción conjunta para mostrar a Colombia como destino turístico, resaltando las medidas que desde el Gobierno Nacional se están tomando y que posicione a nuestro país como destino estratégico de inversiones en infraestructura turística en la región.

Por otra parte se adjunta el documento que ilustra los esquemas de aperturas, las tendencias de visitas en todos los países y la demanda de productos como parte de la información que se ha tenido en cuenta desde Procolombia en las distintas estrategias mencionadas en el presente documento.

Agradecemos de antemano la comprensión y atención que Usted se sirva brindar a la presente comunicación, no sin antes señalar que estaremos prestos a resolver cualquier duda o comentario que sobre el particular pueda surgir.



ELIZABETH CADENA FERNÁNDEZ
SECRETARIA GENERAL

Elaborado por: Laura Patricia Suzunaga Delgado

Calle 28 No. 13A - 15. Pisos 1, 35 y 36