

ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN

• DE CUNDINAMARCA •

2020 - 2030



CUNDINAMARCA
iREGIÓN
Que Progresa!
EN INTERNACIONALIZACIÓN



Gobernación de
Cundinamarca

ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN

• DE CUNDINAMARCA •

2020 - 2030

Gobernación de Cundinamarca
Secretaría de Asuntos Internacionales

Marcela Machado Acevedo
Secretaria Asuntos Internacionales

Equipo de Trabajo:
Alejandra Pulido López
Andrea Gómez Rivera
Dalia Ximena Díaz López
Diana Paola García Perilla
Diego Alfonso Gómez Rativa
Laura Natalia Villegas Wagner
Ricardo Cifuentes Gómez
Sandra Liliana Huérfano Gómez

Este documento se publica bajo licencia de la Gobernación de Cundinamarca de tipo “Reconocimiento - No Comercial - Sin obra derivada”. Se permite su copia y distribución por cualquier medio siempre que mantenga el reconocimiento de sus autores, no haga uso comercial de la obra y no se realice ninguna modificación en ella.

Contenido

Epílogo	3
Introducción	4
1. Justificación	5
2. Antecedentes	8
2.1. Plan Departamental de Desarrollo 2020-2024 “Cundinamarca, ¡Región que Progresa!”	8
2.2. Estrategia de Competitividad de Cundinamarca Visión 2036	9
2.3. Índice Departamental de Competitividad	10
3. Contexto internacional de Cundinamarca	12
3.1. Comercio internacional	12
3.2. Inversión extranjera	18
3.3. Instrumentos de promoción	23
3.3.1. Acuerdos comerciales	23
3.3.2. Acuerdos de inversión	23
3.3.3. Zonas francas	24
3.3.4. Sociedades de comercialización internacional	24
3.3.5. Sistemas especiales de importación- exportación. Plan Vallejo	25
3.3.6. Instrumentos financieros y técnicos	26
3.3.7. Incentivos financieros, tributarios y aduaneros	27
3.3.8. Iniciativas institucionales de promoción a la inversión extranjera	28
4. Bases Conceptuales	29
5. Visión y Objetivos de la estrategia	31
5.1. Visión	31
5.2. Objetivos	31
6. Contexto institucional	32
7. Ejes de la estrategia	33
8. Ejes estratégicos de la Internacionalización de Cundinamarca	33
8.1. Eje estratégico: Fomento y promoción del comercio internacional de bienes y servicios	34
8.1.1. Líneas estratégicas	35
8.1.1.1. Mercados y oferta exportable	35
8.1.1.2. Preparación empresarial para la internacionalización	37
8.2. Eje estratégico: Atracción y consolidación de inversión extranjera directa	38
8.2.1. Línea estratégica	38
8.2.1.1. Atracción y consolidación de inversión extranjera directa en sectores prioritarios del departamento	38
9. Ejes transversales	39
9.1. Innovación	39
9.2. Sostenibilidad	40
9.3. Cooperación	40
9.4. Alianzas	41
10. Plan Estratégico “Cundinamarca Internacional”	42
10.1. Cundinamarca “Región que Exporta”	42
10.2. Cundinamarca “Región de Inversión”	45



Tabla de gráficos

Gráfico 1. Balanza comercial de Cundinamarca	12
Gráfico 2. Participación porcentual de Cundinamarca en el comercio exterior colombiano 2014- 2019	13
Gráfico 3. Exportaciones de Cundinamarca según sector	15
Gráfico 4. Principales destinos de exportación de Cundinamarca 2019	16
Gráfico 5. Flujo de inversión extranjera directa en Colombia	19
Gráfico 6. Flujo de inversión extranjera directa en Colombia según sectores, 2019	20
Gráfico 7. Inversión extranjera directa en Bogotá Región según actividad económica, 2008-2018	20
Gráfico 8. Número de proyectos de inversión en Colombia, según Procolombia	21
Gráfico 9. Flujo de inversión directa de Colombia en el exterior	21
Gráfico 10. Flujo de inversión directa de Colombia en el exterior según sectores, 2019	22
Gráfico 11. Cupo aprobado por departamento, 2019	25
Gráfico 12. Número de programas aprobados por departamento, 2019	26

Tabla de figuras

Figura 1. Índice Departamental de Competitividad	10
Figura 2. Exportaciones de Cundinamarca 2015-2019 según país de destino y productos exportados	14
Figura 3. Ejes de la estrategia de internacionalización de Cundinamarca	33
Figura 4. Ejes estratégicos de la internacionalización	33
Figura 5. Sector no-minero energético con potencial exportador	35

Epílogo

Siempre he creído que Cundinamarca es un territorio de oportunidades, no solo para nuestra gente, sino para los ciudadanos de otros países. Esa confianza en el departamento es la que nos ha inspirado a organizar toda una estrategia que nos permita lograr la meta de impulsar el comercio exterior y la internacionalización del tejido empresarial en Cundinamarca.

El primer paso que dimos fue fortalecer la Secretaría de Asuntos Internacionales, con el objetivo de promover, articular y gestionar la internacionalización de Cundinamarca. Ahora, con este documento que plasma lo que hemos llamado la Estrategia de Internacionalización, buscamos evaluar, planificar y consolidar las acciones que favorezcan la competitividad territorial como uno de los principales pilares estratégicos de nuestro Plan Departamental de Desarrollo 2020 – 2024 “Cundinamarca, ¡Región que Progresa!”.

Con esta estrategia nos dimos a la tarea de recopilar datos, analizarlos y evaluarlos para contar con un diagnóstico que nos permita definir las acciones necesarias para apoyar a las empresas que buscan dar sus primeros pasos en los mercados internacionales, así como, brindar un valor agregado a empresas que ya son exportadoras y que buscan diversificar su oferta exportable, para consolidar y atraer inversión extranjera directa a nuestro territorio.

Apoyar a las empresas en su internacionalización será parte del trabajo de reactivación económica en el departamento. Las exportaciones y la inversión extranjera contribuirán de forma significativa a esta recuperación y será una gran oportunidad de crecimiento y competitividad para la región. Trabajando en equipo conduciremos a las empresas cundinamarquesas a un posicionamiento que les permita generar más empleo, más competitividad y más bienestar para esta, la ¡Región que Progresa!

Nicolás García Bustos
Gobernador





Introducción

En los últimos años, las regiones y áreas metropolitanas se han convertido en actores fundamentales del contexto internacional, alcanzando una incidencia cada vez mayor en los temas globales, así como el poder transformador que tienen tales regiones al estar más cerca de los ciudadanos que otras instituciones públicas. La buena gobernanza local es primordial para un desarrollo sostenible y unos resultados equitativos. Cundinamarca es un territorio construido desde la perspectiva social, económica e institucional que requiere la valorización y explotación de sus potencialidades endógenas para transformarse en un elemento esencial para lograrlo.

Los gobiernos en sus territorios ven la necesidad de tener mayor independencia y campo de acción a escala mundial para intercambiar experiencias, ejercer sus funciones y competencias concerniente a su gestión de los servicios de una manera más apropiada, atraer recursos y oportunidades y, proyectar la imagen de la región para responder a los retos internacionales que se presentan actualmente. Es por esto que surge un conjunto de iniciativas y acciones agrupadas bajo la internacionalización de los gobiernos locales.

Para la Gobernación de Cundinamarca, el reto es lograr la visibilización del Departamento en el escenario global a través de sus activos y aprovechando las bondades de un territorio heterogéneo, rico en biodiversidad y recursos naturales, mediante las sinergias necesarias entre actores nacionales e internacionales, públicos y privados, para facilitar la promoción de la competitividad y la productividad del territorio, para lo cual se propone la Estrategia de internacionalización de Cundinamarca.

1. Justificación

La inserción del país en la globalización en los últimos años da cuenta de la importancia de la internacionalización empresarial como herramienta para la promoción del desarrollo económico. Consecuentemente, para Cundinamarca resulta relevante incrementar sus niveles de participación en los mercados externos para lograr posicionamiento de los productos característicos de la región y el fortalecimiento del tejido empresarial, mediante procesos de innovación que permitan el desarrollo sostenible, desde la propuesta y consolidación de iniciativas y el respaldo de los gobiernos departamentales y locales, con el apoyo de entidades de ámbito nacional e internacional.

- **El objetivo de incrementar los niveles de participación de Cundinamarca en el contexto internacional responde a un panorama con las siguientes características.**

Situación del departamento en internacionalización empresarial



Balanza comercial históricamente negativa.



Escasa inserción en el comercio internacional: En 2019 Cundinamarca realizó el 5.19% de las exportaciones totales colombianas, y el 8.14% de las importaciones totales.



Disminución tanto de importaciones como en exportaciones en los últimos años.



Concentración de mercados: En 2019 Cundinamarca concentró el 65% de sus exportaciones a Estados Unidos, Ecuador, México, Brasil, Reino Unido.



Concentración de la oferta exportable 2019: El 65% de las exportaciones totales del departamento se concentró en: flores, coques, hullas, preparaciones de belleza y vehículos para transporte de mercancías.



Concentración de exportaciones no minero energéticas: 45% del total de exportaciones: flores, preparaciones de belleza, café, vehículos para mercancía, perfumes y aguas de tocador.

6%

Cundinamarca aportó el 6% del PIB nacional.



Índice de competitividad departamental. Posición cuarta a nivel internacional en diversificación de canasta exportadora. Novena posición en diversificación de mercados de destino de exportaciones. Séptima posición en tamaño del mercado externo (tamaño y grado de apertura comercial).



En este sentido, para la formulación de la estrategia de internacionalización de Cundinamarca se tuvieron en cuenta las necesidades de la región evidenciadas desde las perspectivas de política pública e institucional y de las características del tejido empresarial, con la cual se contribuirá y al desarrollo económico y social del departamento desde:

Ventajas internacionalización empresarial



Incremento de la participación del departamento en las exportaciones nacionales de bienes y servicios.



Generación de empleo a la población cundinamarquesa mediante el fortalecimiento del tejido empresarial, el comercio internacional de bienes y servicios y la promoción de la inversión extranjera directa.



Fortalecimiento de las capacidades empresariales y del talento humano del departamento a través de los procesos de internacionalización.



Posicionamiento de la oferta de productos característicos del departamento en los mercados internacionales.



Promoción de la diversificación de la producción a través de la exploración de mercados internacionales cumpliendo con las normas y requisitos necesarios para su exportación.



Aportar a la reactivación económica nacional a raíz de la pandemia por Covid-19 a través del fortalecimiento empresarial, el comercio internacional y la inversión extranjera directa en el departamento.

Así mismo, a través de la estrategia se promueve y fortalece la competitividad del departamento desde el pilar de sofisticación y diversificación propuesto para el índice de competitividad, mediante de la identificación y consolidación de mercados y de la canasta exportadora.

Por otro lado, la atracción y consolidación de la inversión extranjera directa en el territorio permitirá alcanzar mayor crecimiento y desarrollo económico a través de:

Ventajas de la inversión extranjera directa



Transferencia tecnológica y de conocimiento, vía efecto demostración.



Generación de empleo con mayor calidad.



Fortalecimiento del tejido empresarial de proveedores de insumos y bienes intermedios por demanda de estos productos por parte de empresas extranjeras.



Necesidad de realizar procesos de innovación para responder a las necesidades de los inversionistas.



Posibilidad de creación y consolidación de cadenas productivas.



Impulso del comercio internacional de bienes y servicios.

Así, teniendo en cuenta el desempeño y participación de las actividades exportadoras de la región y su contribución a la economía nacional surgen importantes oportunidades para lograr mayores niveles de crecimiento, desarrollo económico y bienestar social, para lo cual las acciones del territorio deben ir encaminadas a la promoción del comercio internacional y de la inversión extranjera dentro del departamento.



2. Antecedentes

► 2.1. Plan Departamental de Desarrollo 2020-2024 “Cundinamarca, ¡Región que Progresa!”

El Plan Departamental de Desarrollo Cundinamarca 2020-2024 “Cundinamarca, ¡Región que Progresa!”, aprobada por la Asamblea Departamental mediante Ordenanza 011/2020, plantea como propósito principal, la mejora de las condiciones de vida de los cundinamarqueses, respetando siempre el campo, como esencia del territorio, a partir del reconocimiento de las diferencias de sus habitantes, la potencialidad y la diversidad del territorio para generar sostenibilidad y desarrollo (Ordenanza 011, 2020a).

En este escenario, alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), el Ordenamiento Territorial y las Políticas Públicas Departamentales, el Plan Departamental de Desarrollo se estructura en cinco líneas estratégicas para el alcance de más y mejores resultados a través de las grandes apuestas, los proyectos memorables y las metas departamentales fijadas para el cuatrienio, estructuradas en cinco líneas estratégicas: **Más Competitividad, Más Bienestar, Más Sostenibilidad, Más Integración y Más Gobernanza**.

En la línea estratégica Más Competitividad, se plantea como objetivo avanzar hacia el mejoramiento de la productividad, la competitividad y la internacionalización de la economía, a través de la consolidación de modelos de aglomeración y especialización productiva, el refuerzo de capacidades endógenas, y el reconocimiento de la heterogeneidad, contribuyendo a la reducción de las brechas competitivas del territorio (Ordenanza 011, 2020b).

Para alcanzar este objetivo, en esta Línea se plantearon cinco Programas¹ complementarios entre sí y con los respectivos subprogramas y estrategias propuestas. Concretamente, en el Programa nuevos mercados, más oportunidades, se plantea el objetivo principal de promover y fomentar la diversificación, sofisticación y actualización tecnológica, para la generación de productos que permitan la apertura de mercados a los diferentes sectores económicos.

Como parte de este programa, se reconoce el potencial empresarial del departamento, su importancia para el comercio internacional del país particularmente en materia de exportaciones, sus posibilidades como plataforma turística, esto en el marco de las estrategias de reactivación económica. En este sentido, el Plan de Desarrollo plantea tres subprogramas que contribuyen a fortalecer las capacidades y competencias de las unidades productivas del departamento²; promoverlo como un territorio cautivador y diverso, a partir de la apropiación y promoción de su identidad, que le permita generar oportunidades de mercado locales, nacionales e internacionales³; y promover la cultura como motor de crecimiento económico y transformación social del departamento⁴.

En el marco del Subprograma Cundinamarca crea, transforma y progresa, se establece como meta, la implementación de la estrategia de internacionalización del departamento, que aporte a la promoción departamental en el contexto global, la generación de oportunidades comerciales y en general, a su crecimiento económico y la transformación social.

¹Programas Línea Más Competitividad Plan de Desarrollo Departamental: (1) Productividad, un camino de desarrollo; (2) Cundinamarca científica e innovadora; (3) Rutas para el Progreso; (4) Nuevos mercados, más oportunidades; (5) Unidos en una misma dirección.

²Subprograma Incubando empresas, incubando sueños

³Subprograma Cundinamarca del mundo y para el mundo

⁴Subprograma crea, transforma y progresa

► 2.2. Estrategia de Competitividad de Cundinamarca Visión 2036

En el marco de las metas establecidas en el Plan de Desarrollo Departamental 2016- 2019, entre las que se determina la formulación de la Estrategia de competitividad de Cundinamarca Visión 2036, en un esfuerzo liderado por la Secretaría de Competitividad y Desarrollo Económico de la Gobernación de Cundinamarca y el Centro de Investigaciones para el Desarrollo (CID) de la Universidad Nacional, en 2019, fue presentada la versión final de dicha Estrategia, en la que se definieron seis ejes estratégicos⁵ para la consecución del propósito de “(...) hacer del departamento un territorio productivo, moderno y competitivo insertado en los flujos de la economía internacional, económicamente desarrollado, respetuoso de los recursos naturales y ambientales y con altos estándares de calidad de vida para sus habitantes” (Centro de Investigaciones para el Desarrollo y Gobernación de Cundinamarca- Secretaría de Competitividad y Desarrollo Económico, 2019a, p. 90).

Articulado con la Visión 2036, de consolidar a Cundinamarca como un departamento moderno y competitivo, centro de producción de la industria manufacturera y de servicios de alta tecnología del país, se plantea la importancia de continuar con la integración vertical entre la producción agropecuaria y las industrias de transformación, que permite el aprovechamiento de las potencialidades de la región y la satisfacción de mercados cada vez más exigentes, posicionando a los sectores agropecuario y agroindustrial, como ejes trascendentales para la competitividad.

En concreto, el eje estratégico de productividad y eficiencia productiva reconoce la potencialidad de la mejora de la productividad como motor de la competitividad, la ampliación y multiplicación de procesos innovadores y eficientes, y la consecuente mejora de la integración productiva entre las provincias, entre las provincias y el mercado de Bogotá D.C, y entre el departamento y otros mercados interregionales y globales. Dicha integración se alcanza, entre otras, a través del cierre de las brechas de productividad y calidad frente a los estándares existentes en los flujos de comercio internacional (Centro de Investigaciones para el Desarrollo y Gobernación de Cundinamarca-Secretaría de Competitividad y Desarrollo Económico, 2019b).

En el marco del eje estratégico diversificación de mercados y emprendimiento, se plantean las estrategias de promoción y preparación del departamento para ingresar a nuevos mercados, y el fomento de los sectores productivos con mayor potencial para la generación de valor agregado y exportador. Así se reconoce la importancia de desarrollar arreglos y alianzas interinstitucionales que permitan conectar a los diferentes actores, formar a la población en procesos y procedimientos para exportar, atraer inversión extranjera a la región, establecer nuevos negocios, promover la adopción de nuevas tecnologías para la producción, y generar y fortalecer espacios para impulsar el comercio de los bienes y servicios con precios más competitivos.

La Estrategia resalta la importancia de impulsar la participación de los productores en los mercados nacionales e internacionales, a través del aprovechamiento eficiente de los recursos y capacidades de los sectores competitivos del departamento, la oferta de asistencias técnicas, financieras y normativas a los sectores con mayor potencial de generación de valor agregado y exportador, su diversificación, sofisticación, y las mejoras a aspectos logísticos del proceso exportador y la vinculación a nuevos mercados, con particular énfasis en el sector agropecuario, agroindustrial y de alimentos.

⁵Ejes estratégicos de la competitividad en Cundinamarca: (1) Ciencia, Tecnología e Innovación; (2) Educación y formación para el trabajo; (3) Productividad y eficiencia productiva; (4) Diversificación de mercados y emprendimiento; (5) Sostenibilidad ambiental; (6) Infraestructura y logística.



► 2.3. Índice Departamental de Competitividad

La medición del Índice Departamental de Competitividad desarrollado por el Consejo Privado de Competitividad y el Centro de Pensamiento de Estrategias Competitivas de la Universidad del Rosario, responde al objetivo de analizar los aspectos que inciden en la competitividad de los departamentos en Colombia, a partir del marco conceptual del Foro Económico Mundial (Presidencia de la República, s. f). En 2019, el Índice midió la competitividad en los departamentos de Colombia a través de cuatro (4) factores, trece (13) pilares y ciento cuatro (104) indicadores distribuidos en veinticuatro (24) sub pilares evidenciados en la figura 1, garantizando una mirada integral de la competitividad en todas sus aristas, y reconociéndola como un determinante fundamental para el desarrollo y crecimiento económico de las regiones (Consejo Privado de Competitividad y Centro de Pensamiento de Estrategias Competitivas- Universidad del Rosario, con base en WEF, 2019a).

Figura 1. Índice Departamental de Competitividad



Fuente: Elaboración propia según Consejo Privado de Competitividad y Universidad del Rosario, con base en WEF, 2019.



La Estrategia de Internacionalización se encausa en uno de los propósitos de la Línea Más Competitividad del Plan de Desarrollo Departamental 2020-2024: Aumentar el subpilar “Dinámica empresarial” del Índice Departamental de Competitividad. Este Índice, constituye una herramienta para la toma de decisiones regional informada y resultante en mejoras a la calidad de vida de los habitantes a través del impulso a todas las áreas de la competitividad, que contribuya al cierre de brechas regionales, y el posicionamiento de Colombia, como una de las economías más competitivas de América Latina.

Durante los últimos dos años Cundinamarca se mantuvo en la séptima posición del Índice, con un puntaje del 5,96 en 2019. En el pilar de Innovación y Dinámica empresarial que vincula indicadores como investigación, registros de propiedad intelectual, y dinámica empresarial ocupó la novena entre treinta y tres posiciones, con un puntaje general de 3,22 entre 10 puntos totales, aumentando una posición frente a 2018.

Concretamente en el subpilar de Dinámica empresarial, Cundinamarca ocupó la quinta posición a nivel nacional, con un puntaje de 5,37, que se propone aumentar a 5,50 de conformidad con la Meta de Bienestar establecida en el Plan de Desarrollo Departamental.

Además de constituirse una estrategia valiosa para el fortalecimiento de la dinámica empresarial, la internacionalización del departamento aportará integralmente a los demás factores, pilares, subpilares e indicadores del Índice, con énfasis particular en los siguientes pilares, que además demuestran la importancia de fortalecer la competitividad y de aprovechar las potencialidades de Cundinamarca en los aspectos centrales abordados por dichos pilares:

- ▶ Sofisticación y diversificación, que compone también el factor de ecosistema innovador, y se integra por subpilares como complejidad del aparato productivo⁶; diversificación de mercados de destino de exportaciones en el que Cundinamarca ocupó la novena posición,⁷ y diversificación de la canasta exportadora⁸, en el que ocupó el cuarto lugar, con un puntaje del 9,04.
- ▶ Tamaño del mercado externo, que vincula el tamaño y el grado de apertura comercial¹⁰ del departamento, en el que Cundinamarca ocupó la séptima posición a nivel nacional, con un puntaje de 6,52.

Como parte de los resultados regionales del Índice Departamental de Competitividad y en orden con el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022, se prioriza la articulación de los gobiernos subnacionales, las autoridades locales y el Gobierno nacional para lograr el crecimiento económico y la igualdad de oportunidades en todos los territorios, a través de la definición de ocho regiones para el trabajo y alcance de estos objetivos mancomunadamente.

⁶ Medida de la sofisticación de las capacidades productivas basada en la diversidad y la ubicuidad de sus sectores productivos.

⁷ Índice Herfindahl- Hirschman del mercado, que mide el nivel de concentración de los mercados a los que exporta el departamento

⁸ Índice Herfindahl- Hirschman de productos, que mide la diversificación de productos que exporta cada departamento

⁹ Logaritmo natural de las exportaciones del departamento.

¹⁰ Participación del comercio exterior sobre el PIB departamental.

3. Contexto internacional de Cundinamarca

Con el propósito de identificar las potencialidades y oportunidades de Cundinamarca en el marco de la Estrategia de Internacionalización, es relevante analizar el contexto del comercio internacional e inversión extranjera en el departamento, así como los instrumentos que contribuyen a su promoción.

En este sentido se presenta un análisis de la dinámica general de comercio exterior del departamento desde el año 2015 y en particular el 2019, teniendo en cuenta su participación en las exportaciones colombianas, productos exportados y mercados destino tanto de bienes como de servicios, los flujos de inversión extranjera considerando sectores, actividades económicas, origen de las inversiones y la inversión directa en el exterior realizadas.

► 3.1. Comercio internacional

La promoción al comercio internacional es pieza angular de los procesos de internacionalización y desarrollo del territorio. En términos generales, el comercio exterior promueve la industrialización, es un soporte fundamental para el impulso de la actividad productiva, eleva los niveles de producción, genera empleo y satisface las necesidades de consumo y producción.

En este sentido, las estrategias de promoción al comercio exterior promovidas desde las entidades gubernamentales deben priorizar el incremento del nivel de exportaciones de mejor calidad y a precios competitivos, y mantener las importaciones conforme a las necesidades reales de producción y consumo del territorio, en un escenario de mejores condiciones de oportunidad, cantidad y calidad (Guzmán, 1988).

► Comercio internacional de bienes

Cundinamarca ha realizado esfuerzos por promover su inserción en los mercados internacionales con el que logró incrementar su participación en las exportaciones colombianas entre los años 2014 al 2019. Históricamente Cundinamarca ha tenido una balanza comercial deficitaria. Las importaciones del departamento disminuyeron en un 19% entre 2014 y 2019, mientras que las exportaciones crecieron en un 31, 07%, lo cual permitió una reducción del déficit en un 41.44%. (Gráfico 1).

Gráfico 1. Balanza comercial de Cundinamarca



Fuente: Cálculos propios según datos DANE, 2020- Estadísticas Comercio internacional (Microdatos) *Provisional: Cifras enero a julio **Cifras en millones USD FOB

*La balanza comercial es negativa debido a que las importaciones son en un 75% materias primas y bienes de capital, los cuáles son esenciales para la competitividad de la industria regional. Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.



Dada a la contracción económica atravesada por el país, en lo corrido del año 2020 se presentó una disminución de los niveles de exportación e importación en el departamento, respecto a los mismos meses de los años anteriores.

Respecto al total de exportaciones del país, en 2019 y en lo corrido de 2020, cundinamarca fue el quinto departamento con mayor participación, después de Antioquia, Cesar, Bogotá y Valle del Cauca, representando el 5,19% y el 5,54% del total respectivamente, lo cual evidencia una necesidad de generar acciones para fortalecer la dinámica y la diversidad exportadora del departamento y así lograr mayor liderazgo a nivel nacional.

Gráfico 2. Participación porcentual de Cundinamarca en el comercio exterior colombiano 2014- 2019

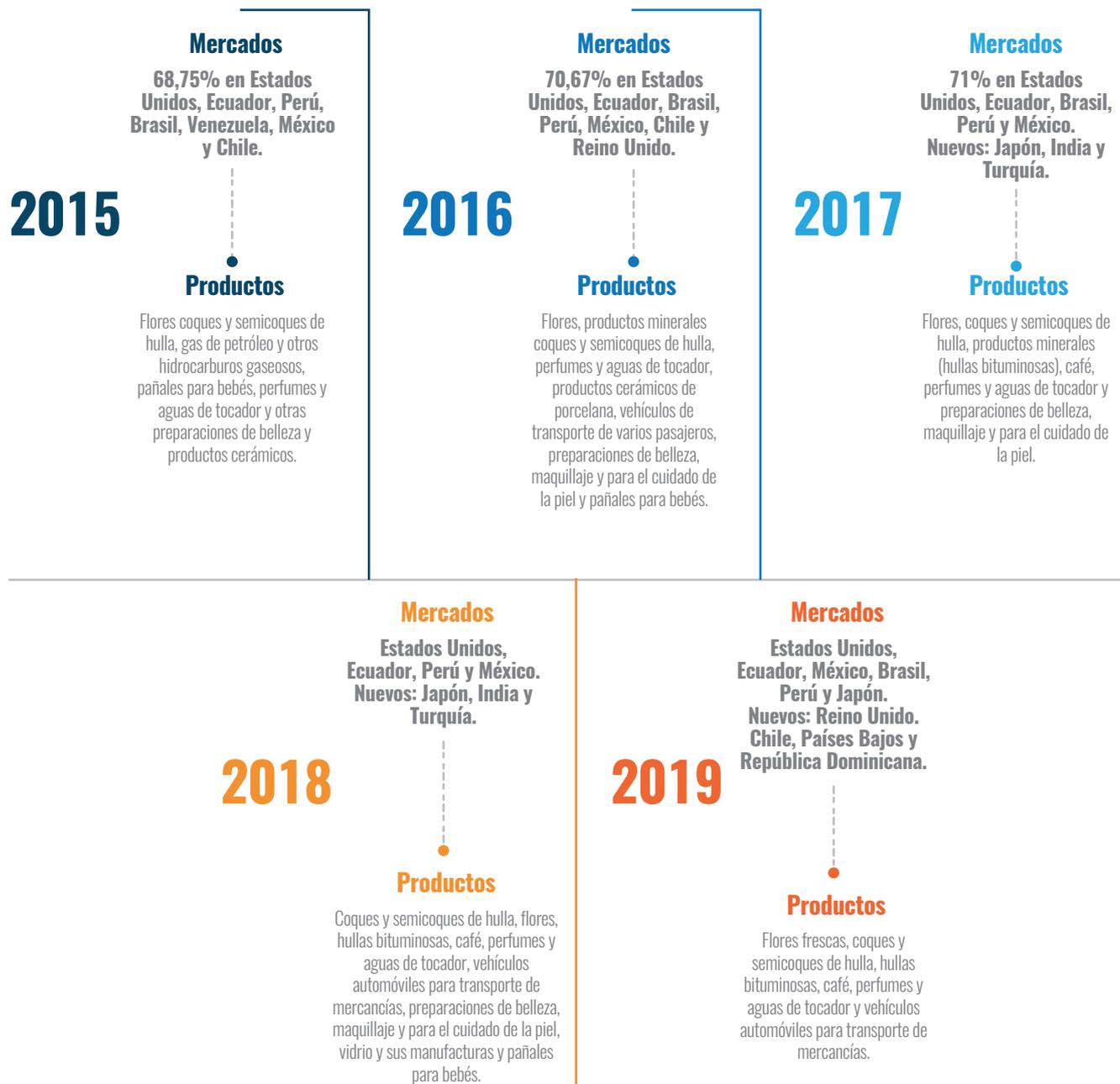


Fuente: Cálculos propios según datos DANE, 2020- Estadísticas Comercio internacional (Microdatos)

*Provisional: enero-julio



Figura 2. Exportaciones de Cundinamarca 2015-2019 según país de destino y productos exportados



Fuente: Elaboración propia según datos DANE - Estadísticas Comercio internacional (Microdatos)

Particularmente en 2019, Cundinamarca realizó exportaciones de productos del sector no minero energético con una participación del 79.3% del total de exportaciones, liderado por los productos agropecuarios (54.03%), y la industria liviana (22.9%). Estas exportaciones no minero energéticas se concentraron principalmente en flores frescas (18%), rosas (7%), claveles (4,4%), café (2,9%), perfumes y aguas de tocador (2,56%), astromelias (2,42%), claveles miniatura (2,36%), vehículos automóviles para transporte de mercancías (2,23%). Respecto al sector minero energético (20.70), las exportaciones se concentraron en hullas bituminosas, coques y semicoques. (DANE, 2019).

Gráfico 3. Exportaciones de Cundinamarca según sector

Gráfico. Exportaciones de Cundinamarca según sector, 2019

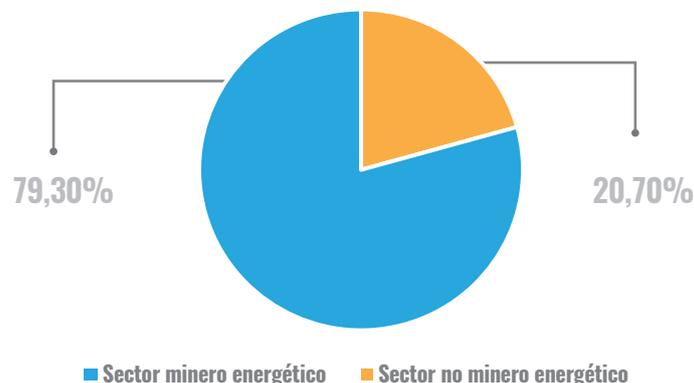


Gráfico. Exportaciones sector no minero energético

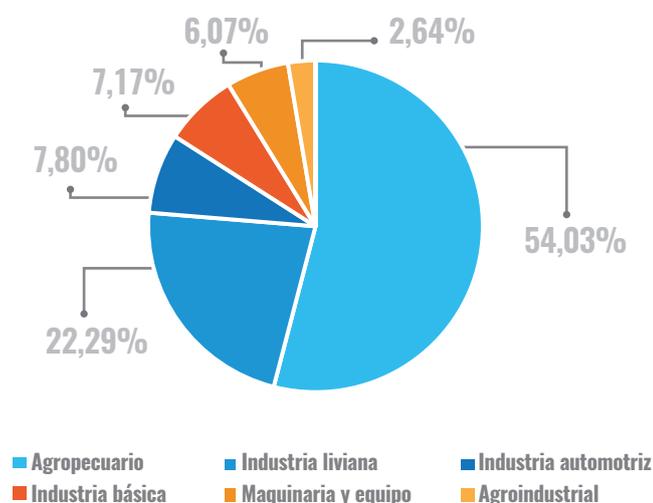
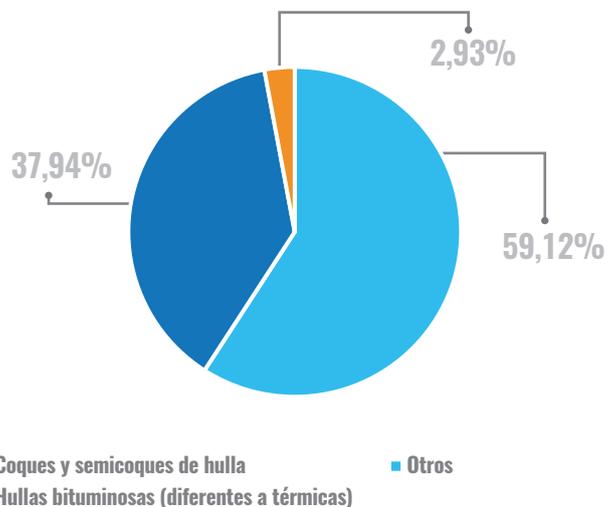


Gráfico. Exportaciones sector minero energético

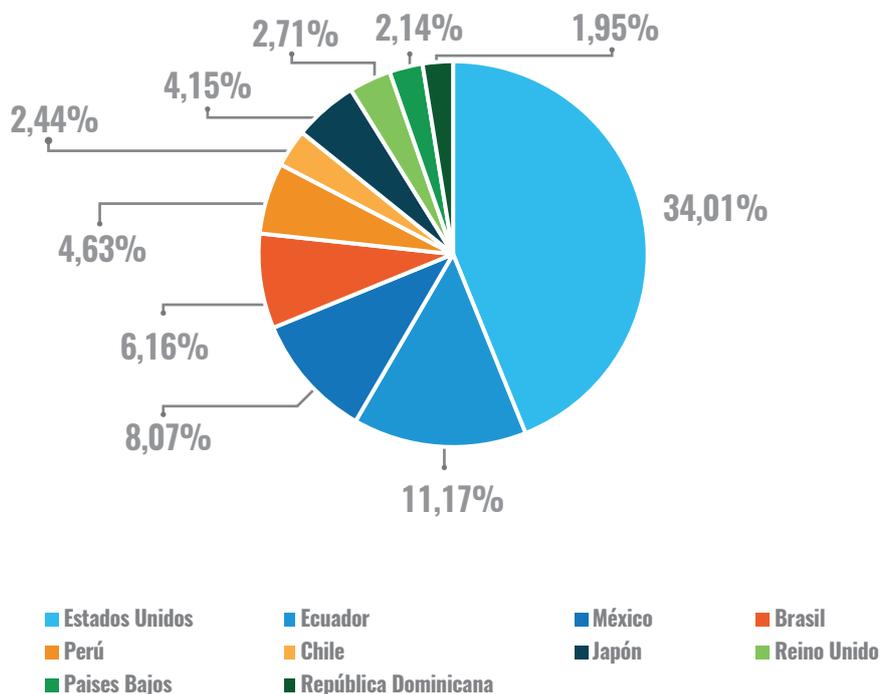


Fuente: Elaboración propia según datos DANE- Estadísticas Comercio internacional (Microdatos) 2019

En este mismo año, Cundinamarca priorizó las relaciones comerciales con Estados Unidos, Ecuador, México, Brasil, Perú, Japón, como principales destinos de exportación (gráfico 4). A estos destinos se suman Reino Unido, Chile, Países Bajos y República Dominicana; este conjunto de países, configuran el 77,4% de las exportaciones de Cundinamarca durante 2019. (DANE, 2020).



Gráfico 4. Principales destinos de exportación de Cundinamarca, 2019



Fuente: Elaboración propia según datos DANE- Estadísticas Comercio internacional (Microdatos) 2019

Este análisis del comportamiento del comercio internacional en los últimos años permite identificar oportunidades del departamento en los diferentes sectores económicos, resaltando las bondades de su territorio para fomentar y fortalecer la actividad exportadora regional e incursionar en los mercados internacionales.

► Comercio internacional de servicios

En Colombia, se promueve el comercio internacional de servicios desde los cuatro modos establecidos por la Organización Mundial de Comercio: (Modo 1) Comercio transfronterizo de servicios, el cual se realiza cuando el servicio es el que traspasa la frontera, sin que el proveedor o consumidor se muevan de su territorio, (Modo 2) consumo en el extranjero, el cual se realiza cuando el consumidor se desplaza a otro territorio, diferente al suyo, (Modo 3) presencia comercial la cual implican movimientos de capital, asociados a inversión directa colombiana realizada en otros países y (Modo 4) movimiento de personas físicas, cuando el proveedor se desplaza a otro territorio, presta el servicio y regresa a su país (OMC,2020), y así mismo en el país se determinan las agrupaciones de servicios para cada uno de los modos de suministro.

Modo de Suministro	Agrupación
Suministro transfronterizo	<ul style="list-style-type: none"> • Otros servicios empresariales • Servicios de transporte • Servicios de telecomunicaciones, informática e información • Cargos por el uso de propiedad intelectual • Servicios personales, culturales y de esparcimiento • Servicios de mantenimiento y reparación • Demás agrupaciones
Consumo en el extranjero	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de transporte • Exportaciones viajes • Servicios personales, culturales y de esparcimiento • Servicios de mantenimiento y reparación • Servicios de manufacturas en insumos físicos que son propiedad de otros • Otros servicios empresariales • Demás agrupaciones
Presencia de persona física	<ul style="list-style-type: none"> • Otros servicios empresariales • Servicios personales, culturales y de esparcimiento • Servicios de telecomunicaciones, informática e información • Servicios de construcción • Demás agrupaciones

Fuente: DANE, 2020

Según datos del DANE (2020), en 2019, el país realizó la exportación de servicios principalmente en el modo 2, consumo en el extranjero, con una participación del 62% seguido del modo 1, suministro transfronterizo de servicios con un 37%. El modo presencia de persona física solamente tuvo una participación del 1%.

Las exportaciones de servicios colombianas presentaron un incremento del 54% del 2014 al 2019 en el modo 1, específicamente en un 16% en servicios de transporte y 15% en otros servicios empresariales.

Dentro de las exportaciones realizadas en 2019 en este modo se encuentran las exportaciones de servicios de transporte a Estados Unidos y Brasil, mercados que presentaron la mayor participación, otros servicios empresariales, servicios de telecomunicaciones, informática e información, cargos por el uso de propiedad intelectual, principalmente a Estados Unidos y Bélgica. También se realizaron exportaciones de servicios tercerizados (BPO-ITO-KPO) y servicios de software y TI.





En el modo 2 o “consumo en el extranjero”, en el 2019, se realizaron exportaciones de específicamente en el sector de turismo y viajes. Los países que más contribuyeron a las exportaciones de servicios de viajes fueron Perú, México y Argentina.

La economía colombiana basó en ese año el 91% de su oferta exportable de servicios en tres sectores, Exportaciones Viajes (60%), Servicios de transporte (16%), y Otros servicios empresariales (15%), los Servicios de telecomunicaciones, informática e información del modo uno tuvo una participación del 4% y los demás sectores presentaron una participación del 1% o menos.

Aunque el departamento incrementó sus exportaciones de servicios en 71.5% entre los años 2014 a 2018, estas tuvieron un descenso significativo (41.2%) entre 2018 y 2019, y su participación se mantuvo en un promedio de 1% del total de exportaciones del país en el periodo 2014 – 2019, ocupando en este último año el sexto lugar a nivel nacional con una participación del 0.9%, a diferencia de Bogotá que ocupó el primer lugar con una participación del 82%, seguido de Antioquia (6.9%), Bolívar (3.3%), Valle del Cauca (2.7%), Atlántico (2.3%) y Santander (1.4%). (DANE, 2020).

A pesar de su cercanía y relación con Bogotá, la dinámica del comercio internacional de servicios en Cundinamarca ha sido baja, así como su participación en el total de exportaciones del país, lo cual evidencia la necesidad de generar estrategias que promuevan la inserción y reconocimiento del departamento como una región con potencialidad en este sector teniendo en cuenta las características geográficas, culturales, de talento humano, identidad, infraestructura, servicios turísticos, entre otros.

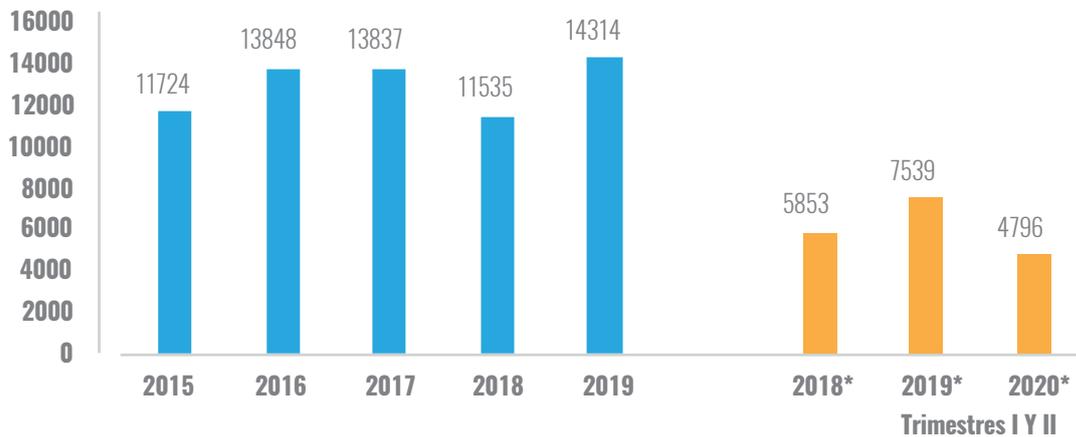
Considerando la estructura de comercio internacional de bienes y servicios del departamento, se generan múltiples desafíos y oportunidades para su internacionalización, que han de ser enfrentados a través del aprovechamiento de los instrumentos de promoción existentes, el impulso de acciones estratégicas, alianzas e inversión.

► 3.2. Inversión extranjera

La atracción de la inversión extranjera constituye una herramienta fundamental dentro de las estrategias de promoción y crecimiento económico a nivel nacional y local, y más aún, dentro de los procesos de internacionalización del territorio, fundamentalmente por los múltiples beneficios que genera, entre los que es posible resaltar: (1) el acceso a capital para la financiación de proyectos públicos y privados; (2) el acceso a conocimiento y/o tecnología y la consecuente mejora de las capacidades locales; (3) la formación de recursos humanos; (4) la incorporación local a redes internacionales de cadenas de distribución de empresas extranjeras, y (5) la generación de beneficios socioeconómicos, como aumento de empleo, actividad económica y tecnificación (Gligo, 2007).

Los flujos de inversión en Colombia experimentaron un comportamiento destacable en los últimos años, con un crecimiento aproximado del 22% respecto a los flujos registrados en el año 2015. Más de la mitad de los flujos de inversión registrados en 2019, provenían de Estados Unidos (18,2%), España (17,5%), Suiza (8,4%), Brasil (7,5%) e Inglaterra (7,3%), configurando escenarios de oportunidad para potencializar este tipo de inversión en el territorio (Banco de la República, 2019).

Gráfico 5. Flujo de inversión extranjera directa en Colombia



Fuente: Elaboración propia según cifras del Banco de la República- Subgerencia de Política Monetaria e Información Económica
*Provisional: Trimestres I (febrero - marzo) y II (abril - junio)
**Cifras en millones de dólares

Esta favorabilidad obedece en gran medida a la condición de Colombia como el país con las barreras de inversión extranjera directa más bajas en América Latina, con un índice de restricción menor que países como Canadá y Estados Unidos, sumado a su posicionamiento entre las diez principales economías en desarrollo receptoras de Inversión Extranjera Directa (UNCTAD, 2020), y una calificación importante como un “país grado inversión” por parte de las calificadoras de riesgo (Moody's, 2020).

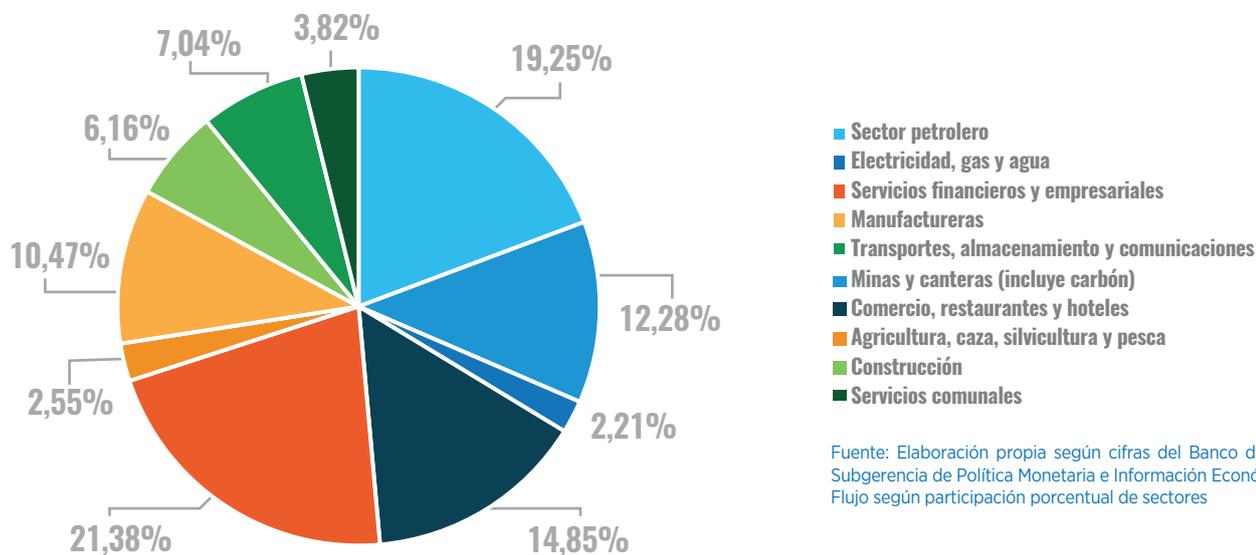
Estas clasificaciones, se ven ampliamente fortalecidas por aspectos como la fuerza laboral (que ocupa el tercer lugar a nivel regional, y el primero en términos de crecimiento y capacitación), la competitividad, y las facilidades para hacer negocios, áreas en las que Colombia ha crecido de manera significativa (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020).

A pesar del avance positivo registrado en este tipo de inversión en los últimos cuatro años, el panorama en lo corrido de 2020 representa un desafío significativo por la disminución de más del 35% de los flujos de inversión respecto al mismo periodo en el año anterior (Gráfico 5), dado por las particularidades económicas de este año, que plantean retos significativos para las dinámicas económicas y comerciales de todo el mundo.

Paulatinamente se ha alcanzado la diversificación de los sectores destino de inversión, de esta forma, la inversión en el sector petrolero representó el 19,25% del total de inversión extranjera directa recibida en Colombia en 2019, mientras el sector de servicios financieros y empresariales, que comprende las actividades auxiliares de la intermediación financiera y las actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler, tuvo mayor participación con el 21,38% como se evidencia en el (Gráfico 6). Ello, representa un contexto favorable para avanzar en la diversificación de los sectores con potencial de atracción de inversiones en el país, y más aún, en los territorios con vocaciones y ventajas económicas y productivas alternativas al sector minero energético, como el departamento de Cundinamarca.

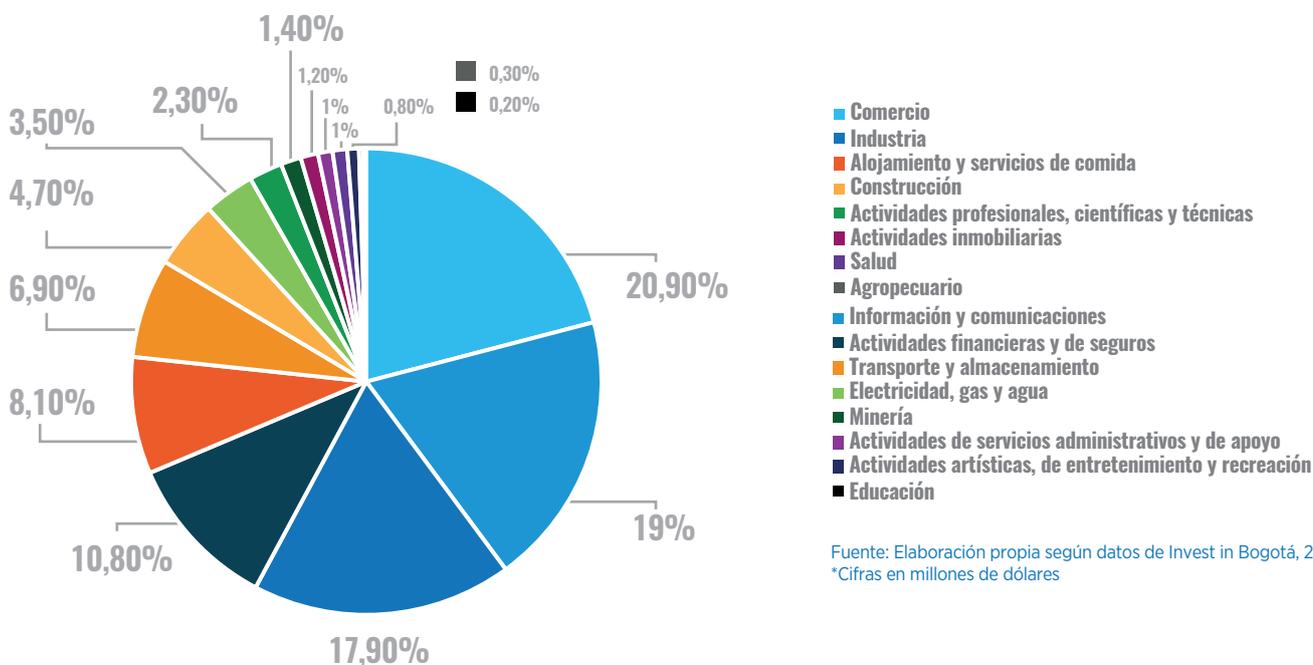


Gráfico 6. Flujo de Inversión extranjera directa en Colombia según sectores, 2019



Como se muestra en el gráfico 7, la inversión según actividad económica en Bogotá Región, los proyectos de inversión gestionados durante los últimos cuatro años pertenecen fundamentalmente a los sectores de agroindustria, innovación, servicios, desarrollo de TI, infraestructura civil, hotelería y turismo, generación de energía (hidráulica), industria de cosméticos, entre otros.

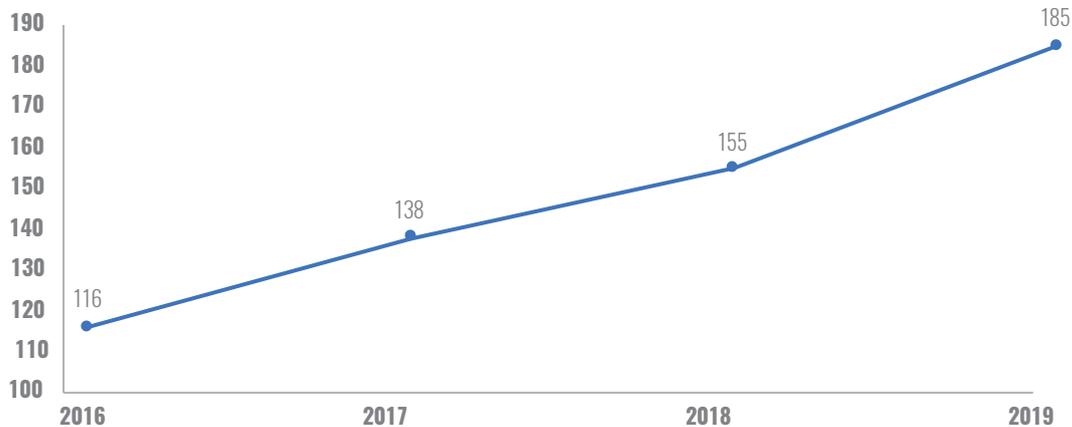
Gráfico 7. Inversión extranjera directa en Bogotá Región según actividad económica, 2008-2018



En Cundinamarca y Bogotá, la inversión extranjera directa reportó un balance positivo, particularmente en los sectores de comercio, información y comunicaciones, industria, y actividades financieras y de seguros, que concentran más del 68% del flujo de inversión. A pesar de las potencialidades del departamento la inversión en el sector agropecuario es aún limitada, planteando oportunidades relevantes de fortalecimiento.

De acuerdo con información de Procolombia (Procolombia, 2017; La República, 2018; Procolombia, 2019), para el año 2019 se tuvieron 185 proyectos de inversión. En los últimos cuatro años, la mayoría de estos proyectos provinieron de países con los que Colombia tiene acuerdos de inversión, resaltando particularmente el papel de países como Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Suiza, España, Japón, Chile, China, Perú, México y Corea (Gráfico 8), que además de figurar año tras año como países de origen de inversión, son responsables de varios de los proyectos más importantes que han llegado al país.

Gráfico 8. Número de proyectos de inversión en Colombia, según Procolombia

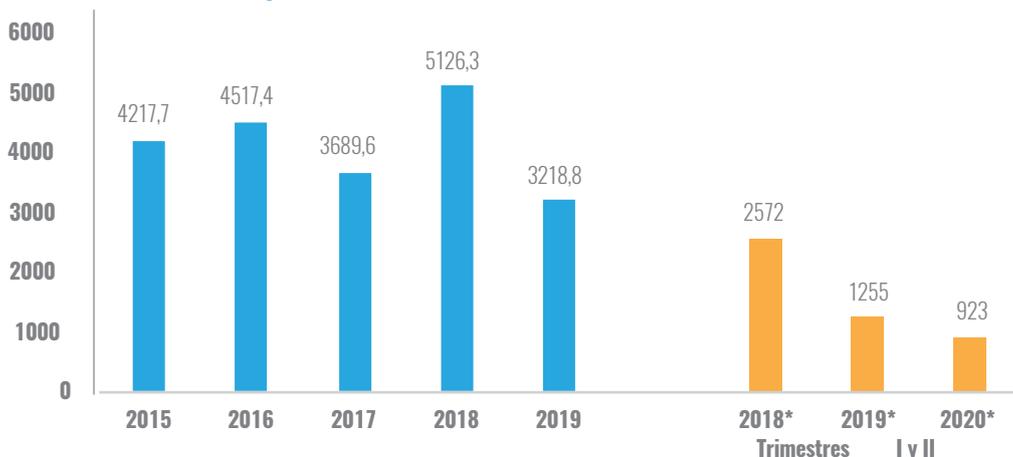


Fuente: Elaboración propia según Informes de prensa de Procolombia (2017-2020).

Se resalta también el papel de otros países que históricamente han sido importantes promotores de inversión para Colombia, como Brasil, Francia, Singapur, Bélgica y Australia.

Contrario al escenario favorable de ese tipo de inversión, los flujos de Inversión de capital colombiano en el exterior decrecieron significativamente en 2017, 2019, e incluso en lo corrido de 2020, en que los flujos de inversión disminuyeron aproximadamente el 13% frente al mismo periodo en el año anterior (Gráfico 9).

Gráfico 9. Flujo de Inversión directa de Colombia en el exterior



*Fuente: Elaboración propia según cifras del Banco de la República- Subgerencia de Política Monetaria e Información Económica

*Provisional: Trimestres I (enero - marzo) y II (abril - junio)

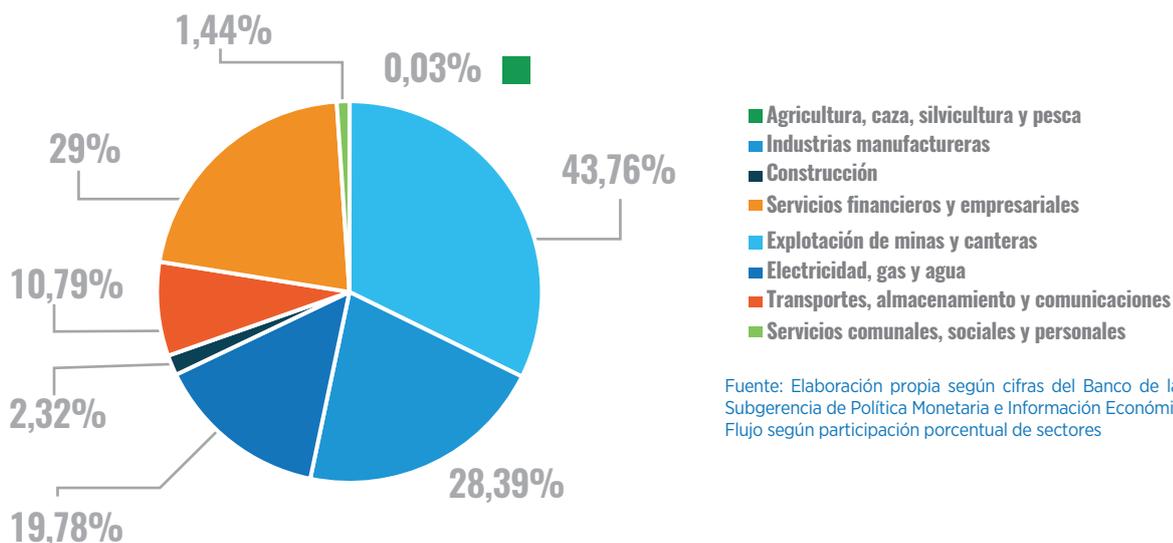
**Cifras en millones de dólares





Más del 80% de estos flujos de inversión se dirigieron a países como España (37,09%), Perú (18,77%), Inglaterra (18,06%) y México (12,68%), y se focaliza principalmente en los sectores de explotación de minas y canteras, servicios financieros y empresariales, y de industrias manufactureras, (Gráfico 10).

Gráfico 10. Flujo de Inversión directa de Colombia en el exterior según sectores, 2019



Fuente: Elaboración propia según cifras del Banco de la República-Subgerencia de Política Monetaria e Información Económica. Flujo según participación porcentual de sectores

Lo anterior, plantea un desafío relevante de fortalecimiento de la inversión directa en el exterior, como oportunidad de posicionamiento de Cundinamarca en el escenario internacional y un motor significativo para los demás procesos de internacionalización, particularmente potenciando la inversión en los sectores más significativos de inversión: agricultura, caza, silvicultura, pesca, y explotación de minas y canteras, que concentran más del 70% de la inversión del país en el exterior.

► 3.3. Instrumentos de promoción

El análisis de los instrumentos para la promoción del comercio internacional y la inversión extranjera resulta de utilidad en el marco de la definición de las estrategias necesarias y útiles para dicho fin. Por ello, se analizan instrumentos legales, financieros, técnicos, tributarios, e institucionales y su aporte a los componentes estratégicos de la internacionalización.

► 3.3.1. Acuerdos comerciales

Los Acuerdos comerciales constituyen un instrumento fundamental para la promoción del comercio internacional. Actualmente, Colombia cuenta con 17 acuerdos comerciales vigentes, algunos de los cuales han sido aprovechados por Cundinamarca, evidenciado en la dinámica de sus exportaciones, las cuales en el año 2019 se realizaron principalmente a Estados Unidos, Ecuador, México, Perú Brasil y Chile.

Las exportaciones con preferencias arancelarias han ganado participación en el marco de los Acuerdos comerciales y su aprovechamiento, entre 2015 y 2019 la participación de las exportaciones con Acuerdos comerciales respecto las totales aumentó de un 25% en 2015 hasta más del 66.4% en 2019. En este periodo el volumen de las exportaciones a países con acuerdo comercial creció a una tasa promedio anual de 19% y su valor tuvo un crecimiento del 12.2%.

Estados Unidos, China, Panamá y México fueron los principales destinos de las exportaciones colombianas, concentrándose el 78,5% en los tres primeros. En 2019, el 67% del total de exportaciones y el 86.5% de las exportaciones no minero-energéticas se dirigieron a países con TLC (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, s. f).

Es importante impulsar las empresas del departamento hacia la práctica de la internacionalización por medio de los acuerdos comerciales con el objetivo de incentivar a los diferentes sectores y promover la industria, lograr un acceso preferencial a nuevos mercados con productos diferenciados e innovadores, al amparo de una política clara y bien definida, que beneficie el grado de competitividad de los exportadores.

La implementación y firma de acuerdos comerciales permite al departamento la posibilidad de diversificar sus exportaciones en mercados tradicionales y no tradicionales a través de su canasta exportable y la generación de productos con valor agregado.

► 3.3.2. Acuerdos de inversión

Los Acuerdos de inversión son tratados internacionales con un efecto significativo frente a la promoción de la inversión extranjera, por cuanto crean y mantienen condiciones favorables para los inversionistas de un Estado en el territorio del otro Estado.

En este sentido, el contenido y desarrollo de dichos acuerdos garantiza “protección, claridad, previsibilidad y seguridad mutua en el tratamiento de las inversiones a través de un marco jurídico justo y transparente para la inversión, que vincula estándares del derecho internacional en materia de promoción y protección de las inversiones” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, s. f).

Colombia cuenta con siete Acuerdos para Promoción y Protección Recíproca de Inversiones (APPRI) (España, Japón, Suiza, Perú, China, India, Reino Unido, y contempla capítulos de inversión en los diferentes acuerdos comerciales vigentes.

Mediante el aprovechamiento de estos acuerdos, Cundinamarca tiene la posibilidad de potencializar el territorio a través de la generación de un clima de negocios atractivo y de la puesta en marcha de proyectos de inversión que permitan el desarrollo desde la promoción de consolidación de sectores estratégicos, generación de empleo y transferencia de conocimientos y tecnología.

► 3.3.3 Zonas francas

Las Zonas Francas “son áreas geográficas en donde se desarrollan actividades industriales de bienes y de servicios o actividades de comercio, bajo una normatividad especial en materia tributaria, aduanera y de comercio exterior” (Ley 1004 de 2005, art. 1).

Son consideradas instrumentos fundamentales para la promoción de la competitividad y motores de desarrollo para la economía, por su impacto en la atracción de inversión extranjera y nacional, la diversificación, el fortalecimiento de procesos industriales altamente productivos y competitivos, la generación de economías a escala, el fomento de la sofisticación, la tecnificación y la competitividad y en general, los beneficios socioeconómicos atribuidos a la generación de empleo y el fomento del comercio exterior, (Analdex, s. f, Procolombia, 2017; Observatorio de Desarrollo Económico, 2016).

Para 2020, Bogotá- Cundinamarca, fue reconocida como la región con mayor número de Zonas Francas en el país (Cámara de Usuarios de Zonas Francas ANDI, 2020), ya que, a corte de 2019, el departamento contaba con 21, que lo ubican en el primer lugar a nivel nacional, junto con Bolívar.

Las Zonas Francas cuentan con una serie de beneficios, de tipo tributario, aduanero y de comercio exterior, entre los que se encuentran la exención o disminución de algunas cargas tributarias, de tributos aduaneros, la simplificación de trámites, entre otros que contribuyen a promover la inversión extranjera y el comercio exterior, (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2017b).

► 3.3.4. Sociedades de comercialización internacional

Las Sociedades de Comercialización Internacional ejercen un rol trascendental en el impulso de exportaciones y de la dinámica de comercio exterior, por tanto, su objeto se centra en la comercialización de productos colombianos en el exterior, a través de la adquisición en el mercado interno, con socios productores o fabricantes, o a partir de la producción misma, de los bienes y/o servicios exportables por parte de la Sociedad de Comercialización Internacional (Ley 67, 1979).

En este sentido, para la promoción de la dinámica de comercio exterior, este tipo de sociedad tiene acceso a una serie de beneficios tributarios y aduaneros, que le facilita importar materias primas, equipos o bienes destinados a abastecer el mercado local o a servir como insumo para la producción de bienes y servicios exportables, a través de incentivos aplicados a los productos y servicios usados para su producción o fabricación, siempre y cuando sean exportados, fomentando las exportaciones,.

Dentro de estos beneficios, que se extienden además a los productores y fabricantes en virtud de la Ley 67 de 1979, se encuentran la expedición de Certificado de Reembolso Tributario (CERT), la exención, devolución y compensación de algunos impuestos, el acceso a créditos de fomento y de promoción, y a beneficios aduaneros por régimen especial, entre otros (Decreto 624,1989; Moreno, s. f; Velásquez, 1990b).

La mayoría de las Sociedades de Comercialización Internacional en Cundinamarca se encuentran en el sector agroindustrial, priorizando la comercialización de flores, frutas, animales, productos agrícolas y alimenticios naturales y procesados; por su parte, el sector industrial y manufacturero ocupa el 36% de estas, particularmente en los sectores automotriz, de productos químicos, cauchos, plásticos, textiles, de metales preciosos, entre otros (MINCIT, 2019).

Estas sociedades se configuran como instrumentos fundamentales para la promoción del comercio exterior, particularmente para las pequeñas y medianas empresas del departamento, enfocadas en varios de estos sectores económicos, principalmente en el agroindustrial.

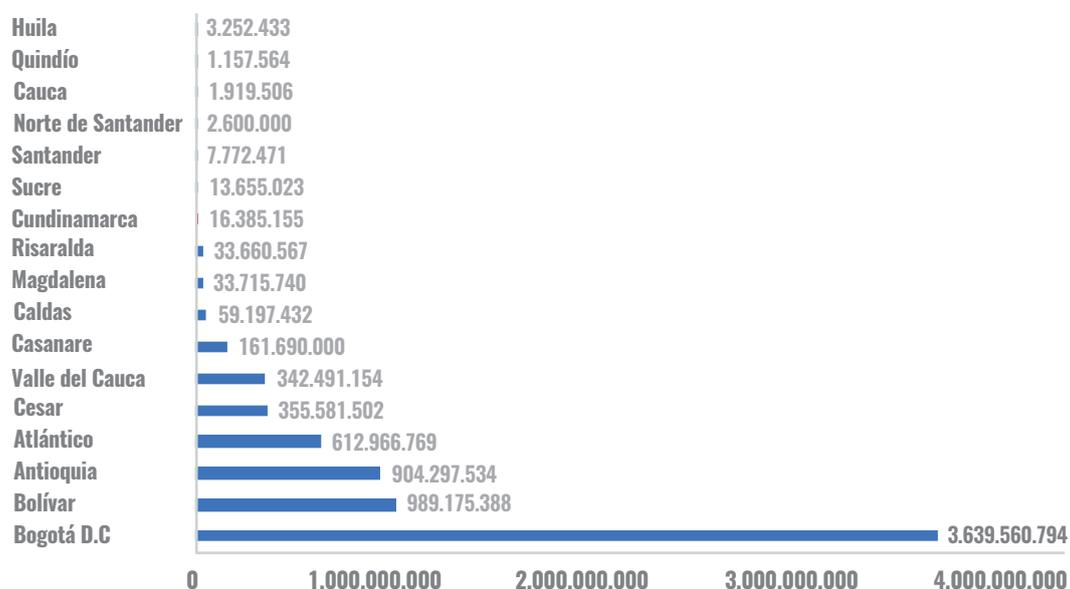
► 3.3.5. Sistemas especiales de importación- exportación. Plan Vallejo

Estos Sistemas se contemplan en la legislación y en las estrategias de impulso al comercio exterior, como instrumentos clave para la promoción de las exportaciones colombianas de bienes y servicios, a través de la exención o devolución de tributos aduaneros a la importación de materias primas, insumos, bienes de capital, repuestos, o partes que participen en la producción de bienes, tecnología y servicios destinados al mercado exterior (Decreto 285, 2020a, art. 4).

A la luz de los sistemas especiales de importación-exportación, se pueden desarrollar diferentes programas de acuerdo con la finalidad, el proceso, y el tipo de producto exportable final a generar: (1) Programas de materias primas e insumos; (2) Programas de bienes de capital y repuestos; (3) Programas de exportación de servicios (Decreto 285, 2020b, art. 4).

Además de ser un instrumento clave para la promoción de las exportaciones, estos programas han sido ampliamente utilizados a nivel nacional, presentando un escenario de oportunidad para maximizar su aprovechamiento en el departamento, que para el año 2019, se ubicó en la sexta posición a nivel nacional respecto al número de programas aprobados y en el onceavo lugar por valor del cupo aprobado (Gráficos 11 y 12).

Gráfico 11. Cupo aprobado por departamento, 2019



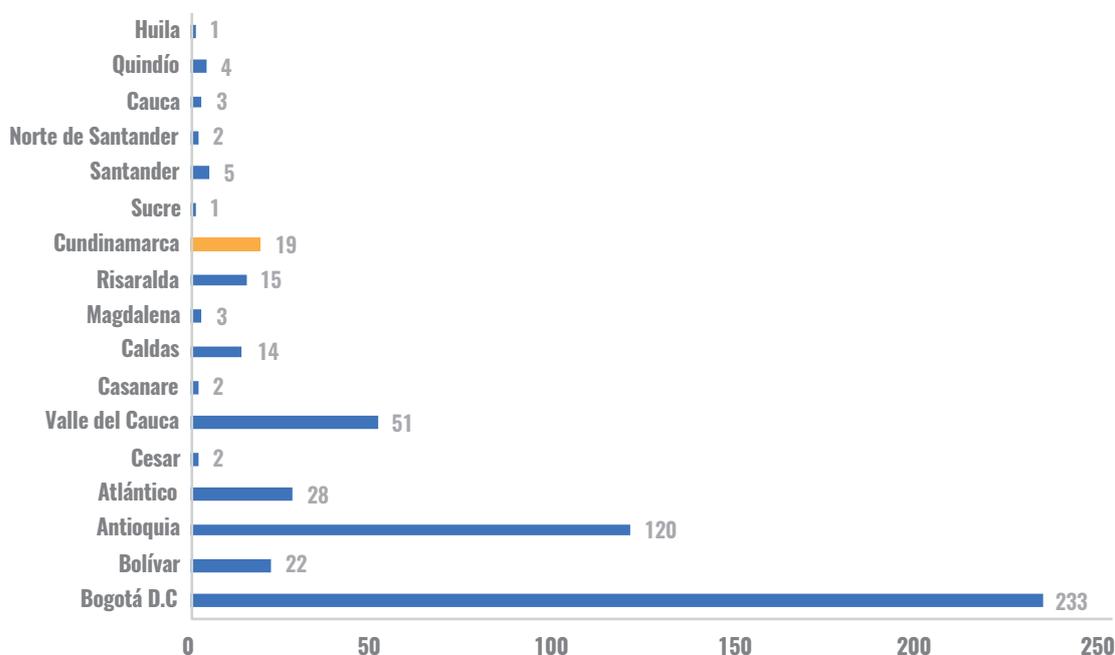
*Cifras en dólares

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2019

Este cupo, representa el valor Free on Board (FOB) en dólares de las materias primas e insumos necesarios para fabricar los bienes o servicios a exportar.



Gráfico 12. Número de programas aprobados por departamento, 2019



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2019

El incremento en el valor del cupo y en los programas aprobados a nivel departamental, puede significar un factor importante para la inserción en cadenas globales de valor, la diversificación de productos y mercados de destino, y la agregación de valor a las ventas en el mercado exterior de Cundinamarca.

► 3.3.6. Instrumentos financieros y técnicos

Para dar cumplimiento al propósito de impulsar las exportaciones y la internacionalización empresarial, institucionalmente se prioriza la definición de instrumentos e incentivos financieros que contribuyan a la tecnificación empresarial a través del acceso a crédito y a servicios de asistencia y fortalecimiento de capacidades. Esos instrumentos, cuya oferta se centraliza en instituciones de orden nacional, paulatinamente se han gestionado para ser promovidos en el nivel local, de manera independiente o a través de convenios con las entidades centrales.

Además de las líneas de apoyo y financiamiento al comercio exterior con cobertura a nivel nacional, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, reconoce el rol fundamental de las líneas de crédito regionales, gestionados principalmente a través de convenios entre Bancóldex y entidades territoriales como alcaldías y gobernaciones (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2015).

En este escenario, las instituciones financieras y técnicas con oferta de crédito para el fortalecimiento empresarial y los asuntos relacionados con la productividad y la competitividad ejercen un rol fundamental, en el logro de la internacionalización empresarial, y con ello, del departamento.

► 3.3.7. Incentivos financieros, tributarios y aduaneros

La regulación de instrumentos financieros, tributarios y aduaneros que promuevan no solo la ubicación de empresas y sus actividades en el territorio, sino también, beneficios socioeconómicos derivados de dicha actividad empresarial, constituye uno de los principales instrumentos para la promoción de la internacionalización.

De acuerdo con la UNCTAD (2004), para el caso de la inversión, los incentivos financieros incluyen donaciones para la inversión, facilidades de crédito, seguros estatales, capital de riesgo, entre otros; los incentivos fiscales o tributarios, suelen estar basados y son proporcionales a los beneficios generados por el inversionista en el territorio, beneficios que suelen darse en términos de inversión de capital, mano de obra, niveles de ventas, de importaciones, de exportaciones, o por la generación de valor agregado con sus actividades; otro tipo de incentivos, incluyen la flexibilización de normas, privilegios de mercado y cambiarios, entre otros.

En Colombia, la Ley de Financiamiento (Ley 1943 de 2018) sintetiza gran parte de dichos incentivos, entre los que se destacan los esfuerzos por aumentar el flujo de inversión y generación de empleo en segmentos prioritarios de la economía, como:

- Reducción y exención de impuestos para inversiones que contribuyan a innovaciones, productividad, competitividad y generación de empleo en el sector agroindustrial.
- Tarifas diferenciales al sector de hotelería y turismo del 9% en renta durante 10 años.
- Disminución y exención de porcentajes de impuestos a la renta, al patrimonio, entre otros, para mega inversiones que generen más de 250 empleos directos y altos niveles de inversión en términos monetarios, además de la creación de un régimen de estabilidad jurídica tributaria.
- Impuesto de renta exento o reducido para inversiones y empresas con actividades en el sector de economía naranja.
- Otros incentivos relacionados con sectores específicos, como beneficios por generación de empleo joven, y creación de régimen holding para usar a Colombia como una jurisdicción latinoamericana de tenencia y centralización de valores de entidades extranjeras.

Adicionalmente, dentro de esos incentivos nacionales es relevante mencionar algunos sectorizados:

- Obras por impuestos en Zonas Más Afectadas por el Conflicto-ZOMAC.
- Obras por regalías en municipios donde se desarrollen actividades extractivas.
- Exención a impuesto de renta en Zonas Económicas y Zonas Especiales-ZESE.
- IVA descontable en impuesto de renta y complementarios cuando corresponde a adquisición, construcción o formación e importación de activos fijos reales productivos.
- La importación de elementos, maquinaria y equipos no genera IVA y tiene descuento en renta de un 25% de su valor, cuando la inversión se relaciona con control ambiental.
- Exención arancelaria en importación, exclusión de IVA y deducción tributaria especial del 50% por compra de bienes y servicios relacionados con inversiones en Fuentes No Convencionales de Energía (FNCE) y eficiencia energética.
- Descuento en renta del 25% y deducción tributaria del 100% de inversión aprobada por Colciencias hoy MinCiencias, en inversiones de Ciencia, Tecnología e Innovación (Lorenzo, 2020).



A estos incentivos se suman beneficios tributarios regionales, ofrecidos por los departamentos y municipios con la pretensión de fomentar la inversión extranjera y nacional en el territorio.

► **3.3.8. Iniciativas institucionales de promoción a la inversión extranjera**

Las estrategias gubernamentales para la atracción de inversión extranjera y el impulso del comercio internacional en Colombia suelen ser lideradas por instituciones del orden nacional y regional, cuya misionalidad se enmarca en estos propósitos, y que han sido identificadas en el marco de la presente Estrategia. Actualmente, este tipo de acciones se estructuran principalmente, a través de la oferta institucional de incentivos técnicos y financieros, la generación de incentivos a la Inversión extranjera directa, y las estrategias de facilitación al comercio y al inversionista nacional y extranjero.

El fomento y desarrollo de estas estrategias se realiza en cabeza del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con una participación significativa de Procolombia, como organización encargada de la promoción comercial de las exportaciones, el turismo internacional, y la Inversión Extranjera en Colombia. A ello se suman numerosas instituciones con oferta financiera y técnica, como la academia, Bancóldex, entre otros.

En ese sentido, el Ministerio en conjunto con Procolombia, lideran los procesos y acompañan a los inversionistas y exportadores en todo el proceso, incluso desde antes de su llegada al país, a través de información, apoyo y asesoría integral para el fortalecimiento de procesos de comercio, inversión e internacionalización, a través de diferentes canales, incluyendo una extensa red nacional e internacional de oficinas.

A esto se suma, el impulso de diferentes plataformas para la promoción de la inversión y el comercio, a través de la visibilización de sectores de oportunidad, y de las potencialidades regionales. De esta forma, a través de plataformas tecnológicas y publicaciones, se visibiliza información general de cada región, razones para invertir, sectores estratégicos con necesidades de inversión y casos de éxito, entre los que se incluyen las Zonas Francas como instrumentos relevantes para la inversión y el comercio exterior.

En estos escenarios, la visibilidad de Cundinamarca se ha encontrado sujeta a las potencialidades y ventajas de Bogotá D.C como parte de la región. Sin embargo, es posible identificar algunos sectores con oportunidades de inversión concretas en el departamento, así como algunos casos de éxito documentados por Procolombia (s.f) y otras fuentes gubernamentales de información (Presidencia de la República, 2016), como lo son:

- Manufacturas ligeras: alimentos y bebidas, materiales de construcción.
- Ciencias de la vida: farmacéuticos, dispositivos médicos, servicios de salud, cosméticos.
- Biotecnología.
- Infraestructura y proyectos de ciudad.
- Infraestructura de hotelería y turismo: hoteles urbanos, ecoturismo y entretenimiento.
- Software y servicios de IT.
- Tercerización de servicios BPO.

Las características del comercio internacional de bienes y servicios del departamento así como la existencia de instrumentos, iniciativas, incentivos para la internacionalización por parte de las entidades nacionales, regionales y locales, brindan la oportunidad para que desde la Secretaría de Asuntos Internacionales se lleven a cabo acciones que permitan la preparación de las empresas y el acompañamiento en sus procesos de inserción en los mercados externos a través de planes, programas y alianzas con entidades y organismos del orden local, regional, nacional e internacional y así incrementar la participación de Cundinamarca en el comercio exterior colombiano posicionándose como un departamento con altos niveles de internacionalización.

4. Bases Conceptuales

La internacionalización empresarial del departamento de Cundinamarca, se concibe desde una perspectiva amplia e integral donde confluyen diversos elementos y referentes teóricos desde los cuales se fundamentan la Estrategia, con el fin de generar procesos de innovación y desarrollo en la región que promuevan la competitividad y la sostenibilidad, a partir de la inserción en los mercados externos y la atracción de la inversión extranjera directa, teniendo en cuenta la identidad territorial y con la interacción con entidades aliadas tanto públicas como privadas del orden nacional e internacional que garanticen la gobernanza.

Es por esto por lo que se presenta un marco conceptual de los elementos sobre los cuales se propone la Estrategia.

Internacionalización territorial

La internacionalización territorial es entendida como el ejercicio de participación de los territorios de manera activa en el ámbito internacional para la búsqueda del desarrollo. Está llevada a cabo por el territorio a través del contacto con otros actores internacionales para lograr como fin último la solución de problemáticas locales. En el ejercicio de actuación en dinámicas globales de los territorios, la participación trae consigo la consecución de beneficios enfocados a la posibilidad de apertura de nuevos mercados, intercambios multidimensionales con otros actores, fomento de autonomía territorial, atracción de inversión y reconocimiento internacional. (Federación Colombiana de Municipios, 2009).

Internacionalización empresarial

La internacionalización empresarial es el resultado que obtienen las empresas tras la adopción de medidas estratégicas en recursos y capacidades para lograr la inserción a mercados internacionales proyectando actividades de alcance internacional que generen flujos productivos, monetarios, comerciales y de conocimiento para la compañía (Araya 2009).

Comercio internacional

El comercio internacional, es entendido como el conjunto de movimientos comerciales que se efectúan entre agentes productivos privados situados en diferentes partes del mundo (Sampa Gonzalo, 2009).

Estas transacciones comerciales y financieras que concentran la información de exportaciones e importaciones de productos y servicios son el resultado de las negociaciones de empresas en el escenario internacional generando una dinámica económica en la que se involucran las diferentes naciones y comunidades humanas (Osorio, 1995, p.48).

Inversión

En Colombia, las inversiones internacionales se regulan por el Decreto 280 de 2000, clasificándolas en inversiones de capital del exterior (inversión directa o inversión de portafolio) en territorio colombiano incluidas las zonas francas, o como las inversiones realizadas por colombianos en el exterior o en zona franca colombiana (Inversiones de capital colombiano en el exterior).

Por otra parte, las inversiones de capital colombiano en el exterior corresponden a aquellas realizadas por personas residentes en Colombia, a través de la vinculación de activos generados en Colombia a empresas en el extranjero, con las especificaciones señaladas en el artículo 42 del Decreto 2080. Estas inversiones, pueden darse a través de exportación de bienes tangibles, divisas, servicios intangibles aportados al capital de la empresa en la que se invierte, reinversión o capitalización de sumas con obligación de reintegro, aportes en divisas provenientes de créditos externos, vinculación de recursos en el exterior (no necesariamente físicos), entre otros (Decreto 2080, 2000, art. 43).



Gobernanza

La Gobernanza se define como el proceso de consolidación de relaciones políticas para la dirección, gobierno y gestión de un territorio, que traza como objetivo el desarrollo territorial, promoviendo una efectiva interacción entre los diferentes actores que lo componen para lograr resultados públicos satisfactorios (Aguilar, 2011: P. 5).

Cooperación Internacional

La cooperación es entendida como el proceso de interacciones entre distintos actores públicos y privados (personas, países, organismos multilaterales, organizaciones no gubernamentales y de la sociedad civil) cuyo objetivo es lograr la coordinación de políticas conjuntas para apoyar y promover el desarrollo económico, político y social de los países; a través de movimientos de recursos técnicos y financieros (Agencia Presidencial de Cooperación Internacional – APC Colombia s.f).

Innovación

La innovación se reconoce como la generación de cambios basados en conocimiento para la generación de valor. En este sentido, la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) al hablar de innovación, enmarca la introducción de nuevos o mejorados productos (bienes o servicios), en el mercado; pero a su vez reconoce la innovación en cambios significativos de generación de valor en procesos, métodos de comercialización o prácticas empresariales (OCDE, 2005, p.56).

Sostenibilidad

La sostenibilidad es entendida como el uso responsable de los recursos existentes bajo el pensamiento y aseguramiento de los recursos que sean ineludibles para el futuro.

La sostenibilidad en este sentido es la noción responsable de alertar y prevenir las consecuencias medio ambientales negativas del progreso económico y la globalización, configurando un escenario de soluciones a problemas que se producen en el mundo por la industrialización y el crecimiento poblacional, buscando la cohesión de la sociedad para alcanzar buenos niveles de calidad de vida. (Informe de Brundtland, ONU, 1987).

Desarrollo territorial

Al hablar de Desarrollo Territorial, reconocemos el proceso de progreso social enmarcado en el aprovechamiento e interacción de las condiciones geofísicas del territorio con participación de los diferentes actores que lo conforman para la construcción de escenarios productivos donde se garantice el mejoramiento constante y la generación de soluciones eficientes y sostenibles de impacto social, económico, político, tecnológico, cultural y ambiental (Comisión Económica para América Latina y el Caribe – CEPAL; s.f).

Identidad territorial

Con la evolución del territorio, la población ha fortalecido escenarios de sentido de pertenencia que configuran en el lugar un conjunto de recuperaciones culturales que enmarcan significados y símbolos propios de un tejido social, generados por la forma de valorar, sentir y apropiarse del entorno.

Esta representación estructurada de la sociedad que habita un determinado lugar enmarca aspectos musicales, gastronómicos y tradicionales de la cultura que persiste por el reconocimiento de diferentes actores.

Al respecto Sanz, Holgado y Soria (2001-2004), citados en Moraga (2009), reconocen la identidad territorial como la creencia colectiva de considerados populares de habitantes de un lugar, condicionados a recursos particulares y factores ambientales, políticos, económicos, sociales, etc.

La Competitividad vista por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico es “el grado por el cual una nación puede, bajo condiciones de comercio y mercados libres, producir bienes y servicios que soporten el test de los mercados internacionales, mientras simultáneamente mantienen y expanden el ingreso real de la población en el largo plazo” (OCDE, 2012).

Michael Porter por su parte define la competitividad como “La capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograrlo se basa en el aumento de la productividad” (1990).

El Foro Económico Mundial, (2016) define la competitividad como “el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país”.

Benzaquen, et a. (2010), mencionando a Porter, plantea que “la competitividad de una nación depende de la capacidad de sus industrias para innovar y mejorar, y que determinadas empresas son capaces de hacerlo con coherencia, procurando denodadamente las mejoras y una fuente cada vez más perfeccionada de ventaja competitiva”, (p. 70), mientras que la competitividad regional se refiere a “la administración de recursos y capacidades para incrementar sostenidamente la productividad empresarial y el bienestar de la población de la región” (p.75).

5. Visión y Objetivos de la Estrategia

► 5.1. Visión

Para el año 2030, Cundinamarca será reconocida internacionalmente como un departamento competitivo, mediante la promoción del comercio internacional de bienes y servicios y siendo considerado como uno de los principales destinos de la inversión extranjera directa en Colombia, generando impacto en el desarrollo regional y nacional a través de la consolidación de empresas altamente productivas, innovadoras y sostenibles.

► 5.2. Objetivos

Objetivo General

Promover la internacionalización del departamento de Cundinamarca, basada en la competitividad y el desarrollo territorial desde la innovación y la sostenibilidad empresarial.

Objetivos Específicos



Impulsar la competitividad del departamento a través de la diversificación de mercados de destino de exportaciones y de la canasta exportable.



Promover la propensión exportadora mediante la diversificación de mercados teniendo en cuenta los bienes y servicios existentes y potenciales característicos del departamento.



Contribuir al desarrollo económico y social del departamento a través de la identificación y consolidación de oportunidades de inversión extranjera directa en el territorio.



6. Contexto institucional

Para dar soporte a la internacionalización del departamento, en octubre de 2020 se realizó un ajuste a la estructura de la Secretaría de Cooperación y Enlace Institucional, transformándola en la Secretaría de Asuntos Internacionales, la cual tiene como misión “liderar los procesos de internacionalización del Departamento, así como gestionar, coordinar y promover la cooperación internacional técnica, financiera, pública y privada, por medio de alianzas estratégicas con gobiernos extranjeros, organismos y agencias de cooperación internacional y entidades nacionales para la transferencia de conocimientos y la movilización de recursos a favor del desarrollo del departamento y los cundinamarqueses”. (Gobernación de Cundinamarca, Decreto 437/2020, Art. 23), y como uno de sus objetivos prioritarios es el de coordinar, gestionar y desarrollar proyectos estratégicos que promuevan la internacionalización del departamento.

Desde esta Secretaría, y específicamente desde la oficina de Asuntos Económicos Internacionales se lidera la formulación y puesta en marcha de la estrategia de internacionalización del departamento, teniendo en cuenta los objetivos definidos.

Para la puesta en marcha de la estrategia de manera continua y perdurable es necesario contar con el compromiso de la academia, los municipios, las cámaras de comercio del departamento, las entidades promotoras de comercio internacional públicas y privadas, los organismos y entidades que aportan a las capacidades empresariales para la internacionalización, contribuyendo al desarrollo de los objetivos y actividades propuestas.

La Jefatura de Asuntos económicos internacionales de la Secretaría de Asuntos Internacionales, brindará apoyo desde actividades que permitan el fortalecimiento empresarial, la promoción de las exportaciones de bienes y servicios y la inversión extranjera, apoyada en las alianzas con otras entidades promotoras del comercio internacional y la inversión.

La formulación e implementación de la Estrategia se apoya y se articula en esfuerzos realizados por la Gobernación de Cundinamarca desde las demás secretarías que incorporen en sus proyectos estratégicos aspectos de fortalecimiento e internacionalización empresarial, y las acciones llevadas a cabo por los municipios para este fin.

7. Ejes de la estrategia

La estrategia de internacionalización de Cundinamarca se define desde cuatro ejes transversales (innovación, sostenibilidad, cooperación y alianzas) que permean dos ejes estratégicos (Comercio Internacional e Inversión) para lograr la inserción del sector empresarial del departamento en los mercados externos.

Figura 3. Ejes de la estrategia de internacionalización de Cundinamarca



Fuente: Elaboración propia

8. Ejes estratégicos de la Internacionalización de Cundinamarca

Figura 4. Ejes estratégicos de la internacionalización

Comercio Internacional de bienes y servicios	Inversión Extranjera Directa
Mercados existentes y potenciales.	
Productos y servicios exportados y con potencial exportador.	Atracción de inversión.
Preparación empresarial para la internacionalización.	Consolidación de la inversión.



► 8.1. Eje estratégico: Fomento y promoción del comercio internacional de bienes y servicios

El comercio internacional se caracteriza por jugar un papel relevante en el desarrollo de los mercados a través del intercambio de bienes y servicios, y de la implementación de procesos de integración económica entre los países, eliminando barreras al comercio, lo cual ha permitido ampliar y diversificar la oferta exportadora de los territorios, fomentando la competitividad y posicionamiento a nivel global.

En los últimos años, Colombia ha promovido una política integracionista mediante la firma y puesta en marcha de 17 acuerdos comerciales (incluye tratados de libre comercio e integración económica, acuerdos de alcance parcial y acuerdos de complementación económica), que han permitido a los exportadores encontrar diferentes oportunidades de negocio en el exterior para la promoción de bienes y servicios innovadores, cubriendo la demanda internacional y haciendo más competitivo el territorio.

Colombia incrementó sus exportaciones en un 9 % entre los años 2015 -2019, generando oportunidades para la inserción de las regiones en el contexto internacional mediante el aprovechamiento de estos acuerdos, y la diversificación de mercados y productos. Si bien Cundinamarca incrementó sus exportaciones de bienes en un 31.07% en este periodo, y se encuentra en el quinto lugar respecto a la participación en las exportaciones colombianas, esta es baja con un 5,54% del total de exportaciones.

De otro lado, el departamento ha destinado sus exportaciones a mercados con los que el país tiene vigentes acuerdos comerciales, priorizando a Estados Unidos, Ecuador, México, Brasil, y Perú, que puede seguir aprovechando por el conocimiento y experiencia en acceso a estos mercados y adicionalmente tiene posibilidades de abrir nuevos escenarios para sus productos y servicios con los demás acuerdos vigentes, teniendo en cuenta la oferta exportable de la región y las necesidades y demanda de estos países.

En el caso de los servicios, Colombia en 2019 tuvo como principal socio comercial de exportaciones Estados Unidos, seguido de la Unión Europea, donde España se configura como el mercado más importante de la región seguido de Alemania y Francia.

Considerando la oferta diversificada de productos no minero energéticos tanto agrícolas como de industria liviana y de servicios del departamento, se plantea este eje que tiene como objetivo el promover el comercio internacional de bienes y servicios del departamento de Cundinamarca y su posicionamiento en mercados globales mediante el aprovechamiento de los acuerdos comerciales vigentes a través de:

- La identificación de mercados existentes y potenciales para la oferta exportable del departamento.
- La identificación y posicionamiento de los productos y servicios de la canasta exportable del departamento teniendo en cuenta los actualmente exportados, los que cuentan con potencial exportador y la identificación de nuevos productos y servicios demandados en el mercado internacional.
- Preparación empresarial para la internacionalización teniendo en cuenta capacidades y condiciones de acceso a mercados.

Para esto se establecen dos líneas estratégicas que incorporan la identificación de oportunidades en los mercados externos y la preparación del tejido empresarial cundinamarqués para el acceso a estos, y así contribuir al desarrollo económico y social de la región e incrementar su participación en el comercio exterior colombiano.

► 8.1.1. Líneas estratégicas

► 8.1.1.1. Mercados y oferta exportable

Cundinamarca se caracteriza por tener una amplia oferta de productos no minero-energéticos, los cuales presentan una alta demanda en el contexto internacional, por lo que se busca desarrollar acciones que permitan a las empresas incrementar sus posibilidades de satisfacer la demanda nacional e internacional, en los mercados en los que ya cuenta con experiencia así como la incursión en nuevos mercados mediante el aprovechamiento de los 17 acuerdos comerciales vigentes con los que cuenta el país.

La relevancia que tiene el aprovechamiento de acuerdos bilaterales y multilaterales está soportada en una mayor facilidad en el acceso a nuevos mercados a través de la reducción de aranceles, control y regulación de la competencia desleal, procesos sanitarios y medidas de defensa comercial, entre otros.

Adicional a esto, es relevante destacar que algunas cadenas productivas departamentales tienen un posicionamiento a nivel internacional, tales como el sector minero y no minero-energético, cuyos productos potenciales se muestran en la figura 5.



► No minero energético:

Figura 5. Sector no-minero energético con potencial exportador

Agro alimentos

Aceites y grasas, acuícola y pesquero, agroindustrial, azúcar, banano, bebidas, bovino, cacao y sus derivados, café y sus derivados, flores y plantas vivas, frutas y hortalizas, lácteos y sus derivados.

Metalmecánica y otras industrias

Artesanías, artículos de hogar, oficina, hoteles e industrial, autopartes, instrumentos y aparatos, material promocional, materiales de construcción, metalmecánica, muebles y maderas, vehículos y otros medios de transporte.

Químicos y ciencias de la vida

Agroquímicos, cosméticos y productos de aseo, dotación hospitalaria, envases/empaques, farmacéutico, plástico y caucho, químico.

Sistema moda

Calzado, cuero y manufacturas de cuero, joyería y bisutería, textiles y confecciones.

Industrias 4.0

Comunicación gráfica y editorial.

Fuente: Elaboración propia con base en información suministrada por ProColombia, año acumulado Enero-Junio 2019-2020. (2020)

► **Minero energético**

- 1. Carbón**
- 2. Minerales metálicos**
- 3. Sales minerales**
- 4. Petróleo y sus derivados**
- 5. Piedras preciosas**

Se ha identificado que existe una alta demanda de productos agrícolas en los mercados externos, que, aunque en algunos casos estos cuentan con una alta producción, debido a la estacionalidad de estos países no cuentan con una producción constante, lo cual se convierte en una oportunidad para el territorio cundinamarqués para satisfacer esta demanda por su ubicación geográfica y su amplia variedad de climas lo que le permite una producción permanente.

Respecto al comercio internacional de servicios, este cobra cada vez mayor relevancia a nivel mundial, apalancado por innovación y las tecnologías de información y comunicación.

Para el año 2019, en Colombia el sector terciario aportó el 67.3% del PIB (DANE, 2020), y según datos del Banco Mundial el comercio internacional de servicios (exportaciones e importaciones/PIB) del país correspondió al 7.63%, siendo el cuarto país latinoamericano con más alto porcentaje, superado por Chile, Bolivia y Uruguay. De otro lado, este ha sido históricamente deficitario; en el mismo año, la exportación de servicios a nivel nacional ascendió a 10.063,1 millones de dólares siendo superado por las importaciones con un valor de 13.707 millones de dólares (MINCIT, 2020).

A nivel nacional se han adelantado estrategias para la promoción del comercio internacional de servicios, sin embargo, las exportaciones de Cundinamarca son bajas teniendo en cuenta el potencial para la prestación de servicios particularmente en turismo de ocio y de negocios y el departamento ocupa el séptimo lugar a nivel nacional en estas exportaciones, por lo cual desde la Secretaría de Asuntos Internacionales se llevarán a cabo acciones para promover la internacionalización de las empresas prestadoras de servicios.

Con la estrategia de internacionalización se pretende entonces generar oportunidades e incrementar la participación el comercio del departamento teniendo en cuenta:

- Mercados en los que el departamento cuenta con experiencia exportadora para consolidar y posicionar los productos ya exportados.
- Identificación de oportunidades de negocios en los mercados existentes para los productos y servicios con los que cuenta el departamento.
- Búsqueda de nuevos mercados para la oferta exportable actual del departamento.
- Identificación de oportunidades en mercados nuevos y existentes para el desarrollo y promoción de la innovación en el departamento generando valor agregado a los productos con posibilidades de exportación.



► 8.1.1.2. Preparación empresarial para la internacionalización

Para promover la internacionalización de las empresas del departamento se requieren acciones que fomenten la preparación del capital humano y la empresa desde sus procesos productivos y estratégicos mediante la incorporación de la innovación, que permitan el cumplimiento de las condiciones de acceso establecidas por los mercados para el ingreso de productos y servicios provenientes del exterior, logrando así la competitividad del tejido empresarial, teniendo en cuenta que en Cundinamarca el 87% de este son microempresas (Cámara de Comercio de Bogotá, 2019).

Así, desde la Secretaría de Asuntos Internacionales se adelantaran acciones respecto a:

- El desarrollo del capital humano para el fomento de la internacionalización al interior de las empresas, a través de la formación y capacitación que permitan fortalecer habilidades, capacidades y competencias para enfrentar los retos de la internacionalización de manera sostenible.
- La preparación y acompañamiento a empresas en aspectos técnicos, comerciales, financieros y logísticos necesarios para su internacionalización, a través de programas y proyectos de formación e intercambios y transferencias de buenas prácticas.
- El fomento de la innovación como factor fundamental para la inserción del tejido empresarial cundinamarqués en el mercado global, realizando alianzas y proyectos con entidades nacionales e internacionales y a través de la coordinación de esfuerzos interinstitucionales entre la academia, la empresa y el sector público, con el propósito de promover entornos y capacidades empresariales óptimos para la exportación y la atracción de inversión extranjera hacia empresas de la región.

En este sentido, se llevarán a cabo programas de formación en aspectos relacionados con los procesos de internacionalización empresarial y el fomento del desarrollo del capital humano, así como iniciativas para la puesta en marcha de proyectos de innovación que permitan generar valor agregado a la oferta exportable del departamento.

La puesta en marcha de la estrategia de internacionalización involucra la participación del sector gobierno a nivel local y nacional. En lo local, nuestros principales aliados y pares en el desarrollo de iniciativas de trabajo conjunto y articulado son todas las secretarías del nivel central del departamento, que dentro de sus programas y planes de acción contemplan actividades y requieran procesos que contribuyan a posicionar el departamento a nivel internacional.

A nivel nacional, nuestra hoja de ruta parte de la interacción con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, entidad referente de las acciones y prioridades de la nación frente a la promoción del comercio internacional, la reactivación económica y el impacto en función del desarrollo del país y sus regiones.

► **8.2. Eje estratégico: Atracción y consolidación de inversión extranjera directa**

En Colombia existen iniciativas nacionales y regionales para la promoción de la inversión extranjera directa, como son los casos de Invest in Colombia e Invest in Bogotá y otras agencias de inversión departamentales, así Cundinamarca requiere y tiene la posibilidad de unir esfuerzos con estas entidades para la atracción de la IED en el departamento.

La inversión extranjera en Colombia en el año 2019 se concentró principalmente en los sectores petrolero y de servicios financieros y empresariales, seguido de comercio, restaurantes y hoteles, minas y canteras incluyendo carbón, manufacturas y transporte y almacenamiento (Mincomercio, s. f).

En este mismo año el 83.6% del total de la inversión en Cundinamarca se concentró en seis sectores, principalmente en el comercio, la información y comunicaciones y la industria con un 57,8% del total de la inversión, seguido de las actividades financieras y de seguros, el alojamiento y servicios de comida y el transporte y almacenamiento con un 25.8%. (MINCIT, 2020)

De otro lado, Cundinamarca cuenta con una ventaja para la promoción y atracción de la inversión extranjera directa en diferentes sectores, mediante el aprovechamiento de los beneficios ofrecidos por las zonas francas.

Teniendo en cuenta lo anterior, y que la inversión extranjera directa es uno de los mecanismos para lograr la competitividad y el desarrollo territorial, incrementar los niveles de innovación empresarial a través de la transferencia tecnológica y la generación de empleo, se hace necesario la implementación de medidas que propendan por la atracción y la consolidación de la inversión existente en el departamento, se pretende con esta estrategia promover la atracción y consolidación de la inversión extranjera directa en Cundinamarca, resaltando las características y valor agregado del departamento, a través de:

- La identificación de las ventajas del territorio para la atracción de inversión extranjera directa en sectores prioritarios del departamento.
- La promoción de un clima de inversión que favorezca la inversión extranjera directa en el departamento.
- Consolidación de la inversión por parte de las empresas extranjeras establecidas en el departamento.

► **8.2.1. Línea estratégica**

► **8.2.1.1. Atracción y consolidación de inversión extranjera directa en sectores prioritarios del departamento**

Algunas de las motivaciones de las empresas internacionales para realizar inversión extranjera tienen que ver con la búsqueda de mayor acceso a materias primas, capital humano, eficiencia en los procesos de producción, conectividad, posibilidades de acceso a terceros mercados, entre otros.

En Colombia, a través de los gobiernos locales y la creación de agencias de inversión se ha promovido la inversión extranjera en diferentes departamentos. Si bien Cundinamarca presenta altos niveles de inversión extranjera directa, esta inversión está concentrada principalmente en Bogotá. En el primer trimestre del año 2020, la ciudad recibió el 85.1% de los proyectos de inversión en el departamento, seguido de Funza (7.2%), Tocancipá (5.4%), Guasca (1.3%) y Gachancipá (1.0%), (CCB, 2020), lo cual evidencia la necesidad de generar acciones que permitan descentralizar la atracción de la inversión a los municipios y regiones del departamento.

Estas acciones deben estar enmarcadas en las necesidades empresariales articuladas con las ventajas de localización determinadas por las características propias del territorio.



9. Ejes Transversales

► 9.1. Innovación

Como se señaló en las bases conceptuales, la innovación se reconoce como la generación de cambios basados en conocimiento para la generación de valor. En este sentido, resulta ser un elemento esencial en la búsqueda y utilización de alternativas que permitan transformar el departamento.

En la medida que desde la estrategia se promueve la innovación como un ejercicio sistemático y de continua actualización, articulado con la puesta en marcha de las acciones de las diferentes líneas de acción de la internacionalización del departamento, esta estrategia se configura como generadora de cambios en el entorno.

Así, la Secretaría de Asuntos Internacionales de la Gobernación de Cundinamarca con la implementación de la Estrategia, genera cambios para trascender fronteras del territorio, al considerar que, gracias a la internacionalización, el tejido empresarial del departamento puede llegar e impactar en un entorno diferente al local.

El proceso de innovación contemplado en la estrategia genera en su desarrollo un gran impacto, debido a que por sí misma la internacionalización involucra un enorme reto para el departamento, que incluye una nueva y ampliada apreciación de las capacidades endógenas y riquezas del territorio para involucrarlas en la inserción de Cundinamarca en el contexto global.

Sin lugar a dudas, en un mercado cada vez más competitivo, la innovación se hace cada vez más importante por lo que la estrategia de internacionalización se convierte en el motor que induce la transformación y el crecimiento del tejido empresarial cundinamarqués permitiéndole optimizar los recursos para obtener mejores resultados, exigiéndose estar a la vanguardia de las necesidades y utilizar herramientas para optimizar procesos, ofrecer nuevos productos o servicios y posicionarse de manera ágil y estratégica en el mercado global.

► 9.2. Sostenibilidad

La estrategia de internacionalización del departamento se alinea con la Agenda Mundial 2030 para el Desarrollo Sostenible, pues percibe transversalmente la sostenibilidad bajo la idea central de la necesidad de integrar medio ambiente y desarrollo.

Se entiende la sostenibilidad desde el intento de afrontar los desafíos que tiene la humanidad y los cuales no son ajenos al enfoque de la estrategia de internacionalización, entendiéndola como un proceso, donde la utilización de los recursos, la orientación de las inversiones, la tecnología y el desarrollo administrativo de las instituciones deben alinearse a las necesidades de las generaciones presentes y futuras, desde una visión de progreso global, en diferentes campos (Pichs, 2002).

La Secretaría de Asuntos Internacionales concibe la internacionalización como una herramienta facilitadora para avanzar en la agenda del desarrollo sostenible, al incorporar acciones de crecimiento económico local y global desde la gestión del tejido empresarial de Cundinamarca que conlleven a la sostenibilidad de este en los mercados internacionales.

La vinculación de la estrategia con el comercio y el fortalecimiento del tejido empresarial marca acciones constantes de mejora en la productividad de las empresas, en este sentido la creación de empleos y el incremento de la productividad colaboran a cerrar las brechas de desigualdad social y coadyuban al cumplimiento de los objetivos y metas de desarrollo sostenible.

La Organización Mundial del Comercio ha señalado como el comercio tiene un papel trascendental en el cumplimiento de estos objetivos, especialmente en lo que concierne a la reducción de la pobreza y la promoción de la salud, la educación y el medioambiente, especialmente en los países en desarrollo (2018).

Este aporte se concreta en la estrategia de internacionalización del departamento con la apertura de nuevos mercados que permite el impulso de la productividad, la consolidación de una producción agrícola con acceso a mercados más equitativos y competitivos, lo que contribuye a la seguridad alimentaria, al fortalecimiento de los productores y favorece a los consumidores.

Así mismo, la estrategia aporta a los objetivos de desarrollo sostenible desde la promoción de un crecimiento económico inclusivo y por ende mejora la capacidad del departamento para generar ingresos, consolidando la capacidad y apertura comercial.

Al enfocarse como un acuerdo global y participativo, la sostenibilidad se configura como un elemento transversal de la estrategia de la internacionalización para mejorar la calidad de vida de todas las personas en términos económicos, sociales y ambientales; enmarcándose en la ruta de promoción de un sistema de comercio multilateral, que permita el aumento de las exportaciones del departamento y la mayor participación a nivel internacional.

El compromiso y la implementación de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y la Agenda de Acción de Addis Abeba sobre la financiación para el desarrollo ayudará a garantizar que el crecimiento del comercio inclusivo sea una base económica para lograrlo.

► 9.3. Cooperación

La construcción de la estrategia de internacionalización para el departamento, sin lugar a dudas marca el inicio de un camino de transformación en términos de relaciones internacionales entendidas hasta ahora en términos de “cooperación descentralizada”, es decir, las relaciones de gobierno local a gobierno local canalizadas prioritariamente a través de proyectos, para convertir a Cundinamarca en un territorio atractivo en el ámbito internacional donde podrá obtener ventajas que superen la visión inicial de

cooperación para el desarrollo con la implementación de programas de promoción económica, herramientas de posicionamiento territorial, inversión, participación en eventos, entre otros.

Resulta importante la concepción de los procesos de interacciones con distintos actores públicos y privados (personas, países, organismos multilaterales, organizaciones no gubernamentales y de la sociedad civil) a fin de lograr a través de la cooperación la coordinación y puesta en marcha de políticas de apoyo y promoción el desarrollo económico, político y social del departamento a través, del movimiento de recursos técnicos y financieros.

La globalización, lleva a considerar la internacionalización como una herramienta fundamental para el tejido empresarial de la región y para aprovechar las capacidades endógenas del territorio. En tal sentido, la necesidad de contar con recursos y capacidades específicos lleva a considerar el papel de la cooperación de forma transversal en la promoción y el apoyo técnico y financiero de las actividades de la población y el desarrollo del departamento.

Complementario a la internacionalización, es necesaria la asistencia internacional, no solo desde la prioridad del componente financiero, sino también desde el aprovechamiento de los beneficios de la asistencia técnica, elementos que conjuntamente contribuyen a las principales apuestas territoriales.

Así mismo, la estrategia de internacionalización reconoce las potencialidades del territorio y en su ejercicio de promover el departamento se orienta a consolidar a Cundinamarca como un oferente de cooperación, gracias a las buenas prácticas que se generen a nivel local.

En este sentido, la cooperación se convierte en el promotor de relaciones de colaboración horizontal con diversos actores a nivel local, regional, nacional e internacional que permite el progreso de iniciativas integrales que respondan a las necesidades y se fundamente en la voluntad de participar en proyectos de desarrollo humano y sostenible del territorio, en la que la participación de la sociedad es un elemento central; convirtiéndose la cooperación como una vía de internacionalización en la medida que el departamento aproveche las oportunidades para la actuación conjunta con otros actores.

► 9.4. Alianzas

El fomento de alianzas estratégicas es fundamental para la conducción de sinergias que propicien la internacionalización del departamento de Cundinamarca, basada en la competitividad y el desarrollo territorial desde la innovación y la sostenibilidad empresarial.

La combinación de recursos y capacidades es importante para la inserción internacional, por lo que las alianzas toman un papel trascendental en un mundo cada vez más interconectado.

Acciones como el mejoramiento en el acceso a la tecnología y los conocimientos promueven el intercambio de ideas y propicia la innovación, por lo que la estrategia de internacionalización de Cundinamarca debe coordinar políticas que contribuyan el desarrollo del territorio y la promoción de inversiones.

Así, es importante el establecimiento de relaciones público-privadas para el posicionamiento del territorio en la que se incluyen actores del orden nacional e internacional.



10. Plan Estratégico

“Cundinamarca Internacional”

Para la puesta en marcha de los ejes estratégicos de la estrategia de internacionalización del departamento se establece el plan estratégico “Cundinamarca Internacional” desde el cual se llevarán a cabo acciones que permitan insertar su inserción en el contexto global desde la promoción del comercio internacional y la atracción y consolidación de la inversión extranjera directa, a través de las iniciativas “Cundinamarca Región que Exporta” y “Cundinamarca Región de Inversión”.

Cundinamarca Región que Exporta	Cundinamarca Región de Inversión
Inteligencia de mercados	Articulación con entidades promotoras de inversión extranjera.
Asesoría en internacionalización	Identificación y promoción de ventajas y valor agregado del departamento para la inversión.
Formación para internacionalización	Caracterización de sectores prioritarios de inversión e identificación de proyectos.
Ferias, ruedas y misiones comerciales	Programa de apoyo y acompañamiento al inversionista.
	Promoción y fortalecimiento de Zonas Francas del departamento.

► 10.1. Cundinamarca “Región que Exporta”

Con esta iniciativa la Secretaría de Asuntos Internacionales pretende dar soporte estratégico y operativo a las empresas del departamento en sus procesos de inserción en el escenario global a través de la identificación de mercados y sus condiciones de acceso, aprovechamiento de acuerdos comerciales, programas de formación para el desarrollo del capital humano y la preparación para la internacionalización.

► Inteligencia de mercados:

Desde la Secretaría de Asuntos Internacionales se prestará el servicio de inteligencia de mercados para la identificación de nuevos mercados para la oferta exportable del departamento y la identificación y posicionamiento de los productos y servicios de la canasta exportable.

Es necesario identificar aquellos productos con los que ya se tiene experiencia en los mercados externos para consolidarlos y posicionarlos en mercados existentes y abrir oportunidades en nuevos mercados, a través del aprovechamiento de acuerdos comerciales.

Así mismo, es relevante identificar la demanda de los socios comerciales del departamento y del país, para determinar las potencialidades de Cundinamarca para satisfacer esta demanda con productos característicos de la región y con posibilidades de producción apoyado en procesos de innovación.

De otro lado, Cundinamarca se caracteriza por su amplia oferta de servicios turísticos gracias a sus condiciones geográficas, especialmente en turismo de naturaleza y tiene potencialidad en servicios como el agroturismo y otros servicios, por lo cual se apoyará y acompañará a las empresas e iniciativas de estos sectores para la identificación de oportunidades para la internacionalización de sus servicios.

Esta inteligencia de mercados dará a las empresas del departamento la información y elementos necesarios para realizar procesos de exportación sólidos y perdurables, promoviendo su fortalecimiento y competitividad, y su posicionamiento en los mercados externos.

Esta información estará disponible para los empresarios de manera pública la cual permitirá mostrar en un sistema virtual y de manera pública los resultados de los estudios de mercado realizados para la promoción de los productos y servicios del territorio cundinamarqués en mercados que ya tienen un posicionamiento, así como el acceso a mercados potenciales y la generación de oportunidades de aquellos que se producen y generan en el territorio pero no han logrado un proceso de internacionalización.

Este sistema contará con documentos de apoyo como lo son la ficha país, para la caracterización de mercados potenciales para la región, a través del aprovechamiento de los acuerdos comerciales vigentes y la ficha producto, la cual contendrá la información necesaria para el cumplimiento de requisitos para la realización de los procesos de exportación de dicho producto.

► **Asesoría en internacionalización**

La Secretaría de Asuntos Internacionales de la Gobernación de Cundinamarca ofrecerá un servicio directo de asesoría a las empresas de la región, partiendo de un diagnóstico de viabilidad que permita determinar la situación de la empresa tanto productora de bienes como prestadora de servicios respecto a sus posibilidades de internacionalización y de allí, se acompañará tanto a las que necesiten prepararse para el proceso, como a las que ya cuentan con un potencial exportador, teniendo en cuenta las condiciones de acceso a los mercados de interés y potenciales de acuerdo con los productos ofrecidos, certificados de buenas prácticas y procesos y requisitos necesarios para la exportación.

Este asesoramiento y acompañamiento se realizará trabajando de manera conjunta con entidades de orden nacional e internacional, así como cámaras binacionales que contribuyan a la promoción de bienes y servicios para la apertura de nuevos mercados estratégicos.

• **Plan exportador**

La Secretaría de Asuntos Internacionales brindará apoyo a los futuros exportadores en la elaboración del plan exportador, teniendo en cuenta las potencialidades del sector y capacidades empresariales para lograr una inserción competitiva y perdurable en los mercados externos.

• **Intercambio y transferencia de conocimiento de buenas prácticas nacionales e internacionales**

Basados en herramientas de cooperación internacional tradicional, se promoverá proyectos de intercambio y transferencia de conocimientos entre empresas cundinamarqueses, y empresas y entidades con buenas prácticas relacionadas con la internacionalización, particularmente en el sector agroindustrial, desde una perspectiva de innovación.

Se destacan buenas prácticas relacionadas con cumplimiento de estándares de calidad, aspectos técnicos y de producción, expedición de certificaciones, permisos y licencias requeridas para la promoción de la oferta exportable en el mercado internacional, entre otras.



► **Formación para internacionalización**

• **Formación exportadora**

El programa de Formación Exportadora tiene como objetivo brindar a las empresas del departamento herramientas para conocer las condiciones de acceso a mercado indispensables para llevar a cabo un proceso de exportación exitoso, así como las tendencias en la demanda de los bienes y servicios y el análisis de los mercados externos, teniendo en cuenta las necesidades de los empresarios para la toma de decisiones en materia de internacionalización, para lo cual, la Secretaría realizará alianzas con entidades del orden nacional e internacional y la academia para dar soporte al proceso formativo.

A través de alianzas estratégicas con las instituciones identificadas como parte de la oferta institucional identificada, se desarrollarán programas de formación, que contribuyan al fortalecimiento de las empresas en los aspectos clave para la internacionalización.

Dicha formación, abordará aspectos técnicos, logísticos, comerciales, legales y financieros necesarios para el desarrollo exitoso de actividades de internacionalización.

• **Desarrollo de capacidades humanas para la internacionalización**

Las actividades asociadas al proceso de internacionalización empresarial requieren el desarrollo de capacidades y habilidades blandas, que permitan al recurso humano, hacer frente a las necesidades y desafíos de este proceso. Por ello, la Secretaría a través de alianzas estratégicas, adelantará programas de formación del capital humano en materia de negociación internacional, pensamiento estratégico, gerencia estratégica, cultura de negocios y bilingüismo, entre otros.

► **Mentoring**

La experiencia demuestra, que los procesos de mentoría entre empresas tienen resultados significativos para el desarrollo del capital humano, en tanto permiten transferir información y conocimientos basados en la experiencia, en lenguajes comunes para los colaboradores, y, además, motivan tanto al aprendiz como al mentor, favoreciendo la productividad, el liderazgo, el trabajo en equipo, y otras habilidades alcanzadas a través de los intercambios teórico-prácticos.

Se desarrollará un programa de mentoring empresarial, para propiciar transferencias de conocimiento y buenas prácticas entre colaboradores de empresas mentor que cuenten con experiencias de internacionalización exitosas, y empresas aprendiz que se encuentren en dicho proceso, particularmente del sector agroindustrial.

13

14

► **Ferias, ruedas y misiones comerciales**

En el ámbito empresarial es primordial la participación en ferias, misiones comerciales y ruedas de negocios nacionales e internacionales, ya que son un espacio que permite exhibir, promocionar y vender productos y servicios de la región como la atracción de nuevos clientes potenciales.

La Secretaría servirá como enlace entre las entidades que promueven dichas actividades y las empresas del departamento para garantizar su participación exitosa e incrementar sus posibilidades de acceder a los mercados externos.

► **Plan de alianzas estratégicas con instituciones de promoción de innovación**

Con el propósito de promover la incorporación de la innovación como herramienta para la internacionalización al interior de las empresas, la Secretaría gestionará en articulación con las demás secretarías, alianzas estratégicas con entidades especializadas en innovación, y con que contribuyan a la competitividad, la productividad y sofisticación del tejido empresarial a partir de la articulación de esfuerzos interinstitucionales continuos para el desarrollo de proyectos de innovación al interior de las empresas.

▣ **Ferias:** Espacios comerciales donde los empresarios tienen la oportunidad de exhibir y vender sus productos o servicios y realizar contactos comerciales con los diferentes actores de la cadena productiva; incluye actividades en las que la oferta y demanda de productos se concentran en un mismo espacio. (Mincit, 2012)

▣ **Misiones comerciales:** Visita colectiva hacia determinado país/ciudad, con el propósito de incrementar el comercio bilateral o multilateral entre empresarios, logrando acuerdos comerciales, la búsqueda de representantes y/o distribuidores, realizar franquicias, obtener asistencia técnica y realizar transferencias de conocimientos para la incentivación de inversión extranjera. (Mincit, 2012)

▣ **Ruedas de negocio:** Espacios creados para facilitar el encuentro entre oferentes y demandantes que cumplen condiciones de calidad, precio, experiencia y ofrecen la posibilidad de un intercambio comercial en el corto y mediano plazo. Se establece determinado tiempo para cada cita de negocio. (Mincit, 2012).

► 10.2. Cundinamarca “Región de Inversión”

► **Articulación con entidades promotoras de inversión extranjera**

Desde la Secretaría se realizarán convenios y alianzas con entidades que promueven la inversión extranjera como Procolombia, Invest in Bogotá y Cámaras de Comercio, para aunar esfuerzos en la identificación de ventajas y valor agregado del departamento, la identificación y caracterización de sectores prioritarios de inversión y de proyectos potenciales, y para la identificación de fuentes de inversión, impulsando la participación del departamento en ruedas y eventos nacionales e internacionales.

► **Identificación y promoción de ventajas y valor agregado del departamento para la inversión**

Cundinamarca ha estado estrechamente ligada a las acciones realizadas por Bogotá en materia de inversión extranjera directa, por lo cual debe aprovechar esta cercanía y relación para configurarse como un destino atractivo para la inversión, resaltando a su vez las ventajas y valor agregado del territorio.

En este sentido deben identificarse las ventajas propias del departamento y el valor agregado que puede ofrecer al inversionista en términos de comportamiento del mercado, localización, infraestructura, transporte, competitividad en costos, beneficios tributarios, procesos y niveles de innovación, incentivos departamentales y locales y posibilidades de transferencia de conocimiento, población, su nivel educativo y bilingüismo, usos del suelo, entre otros, para poder generar una propuesta de valor estratégica para la atracción de la inversión.

Así mismo, con el lanzamiento de la Marca Cundinamarca se espera generar un mayor reconocimiento y posicionamiento del departamento en los contextos nacional e internacional.

► **Caracterización de sectores prioritarios de inversión e identificación de proyectos**

Con el fin de promover la inversión extranjera en el departamento, desde la Secretaría de Asuntos Internacionales en colaboración con entidades del orden nacional y departamental, se realizará un proceso de caracterización de los sectores prioritarios de inversión para la región, lo cual se apoyará en la herramienta digital de oportunidades donde los inversionistas puedan encontrar guías generales para invertir en Cundinamarca y guías para invertir en sectores específicos identificados para la puesta en marcha de proyectos.

► **Programa de apoyo y acompañamiento al inversionista**

Para la consolidación de la inversión y garantizar su perdurabilidad en el largo plazo, se identificarán las necesidades de los inversionistas existentes en el departamento, y así garantizar que se está cumpliendo con sus expectativas respecto a las ventajas estratégicas y de localización y para resolver aquellos aspectos que requieren mejora.

Para esto, se realizarán alianzas con entidades a nivel departamental como las empresas de servicios públicos, alcaldías locales, cámaras de comercio, ICA, Invima, entidades de control, para brindar apoyo y acompañamiento integral al inversionista.

► **Promoción y fortalecimiento de Zonas Francas del departamento**

Desde 2019 Cundinamarca cuenta con 21 zonas francas: 6 Zonas Francas permanentes, 14 Zonas Francas permanentes especiales y la Zona Franca Bogotá, la cual fue creada antes de la ley 1004 DE 2005 (MINCIT, 2020). Esto, le permite tener ventajas competitivas frente a otras regiones para la promoción de la inversión y del comercio internacional.

Se hace necesario, formular un plan conjunto con los usuarios operadores, empresas y organismos gubernamentales para la promoción y fortalecimiento de las Zonas Francas, partiendo de la identificación de situación y dinámica actual, los beneficios y necesidades que han tenido desde su creación para implementar acciones con las que se logre consolidar la inversión existente en ellas y la atracción de nuevas empresas nacionales y extranjeras.



Referencias

- ▶ Analdex (s.f). El comercio electrónico en las Zonas Francas. Recuperado de <https://www.analdex.org/2018/10/24/comercio-electronico-en-las-zonas-francas/> Araya (2009). El proceso de Internacionalización de Empresas. TEC Empresarial Vol.3, Ed.3, Pág. 18.
- ▶ Banco de la República (2019). Inversión directa. Recuperado de <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/inversion-directa>
- ▶ Benzaquen, J. et al. (2010). Un índice de competitividad para un país, Revista CEPAL, 102.
- ▶ Cámara de Comercio de Bogotá. (2019). El nuevo Decreto Único Aduanero es una decisión favorable para el comercio exterior del país, de Bogotá y Cundinamarca. Recuperado de <https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-CCB/2019/Julio-2019/El-nuevo-Decreto-Unico-Aduanero-es-una-decision-favorable-para-el-comercio-exterior-del-pais-de-Bogota-y-de-Cundinamarca>
- ▶ Cámara de Comercio de Bogotá (2020). Observatorio de la Región Bogotá-Cundinamarca. Economía dinámica, incluyente e innovadora. Inversión extranjera directa. Recuperado de <https://www.ccb.org.co/observatorio/Economia/Economia-dinamica-incluyente-e-innovadora/Inversion-Extranjera-Directa>
- ▶ Cámara de Usuarios de Zona Franca. (septiembre de 2018). Informe estadístico. ANDI.
- ▶ Consejo Privado de Competitividad. (2019). Índice Departamental de Competitividad 2019. Bogotá: CEPEC Universidad del Rosario.
- ▶ Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (2020). Estadísticas de Comercio Internacional- Microdatos Anonimizados. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional>
- ▶ Federación Colombiana de Municipios. (2009). Gestión internacional de gobiernos locales y asociaciones municipales. Guía práctica para la internacionalización de municipios.
- ▶ Gobernación de Cundinamarca (2020). Plan Departamental de Desarrollo 2020- 2024 “Cundinamarca, ¡Región que progresa!”. Recuperado de http://www.cundinamarca.gov.co/Home/SecretariasEntidades.gc/Secretariadeplaneacion/SecretariadeplaneacionDespliegue/aspolyplanprog_contenidos/csecreplanea_plandesarrdep_2020_2023
- ▶ Gobernación de Cundinamarca. (2019). Estrategia de competitividad para Cundinamarca Visión 2036. Construyendo una Cundinamarca para el futuro. Bogotá: CID Universidad Nacional de Colombia.
- ▶ Invest in Bogotá. (6 de febrero de 2019). Bogotá lidera la IED no petrolera del país. Recuperado de <https://es.investinbogota.org/noticias/bogota-lidera-la-ied-no-petrolera-del-pais>
- ▶ La República (04, enero, 2018). Proyectos de inversión extranjera directa en Colombia aumentaron 15,9% en 2017. La República. Recuperado de <https://www.larepublica.co/empresas/proyectos-de-inversion-extranjera-directa-en-colombia-aumentaron-159-en-2017-2586182>
- ▶ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (s.f). Acuerdos vigentes. Recuperado de <http://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente>
- ▶ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2019). Zonas Francas declaradas antes de la Ley 1004 de 2005. Informe de Zonas Francas, Julio 2019.
- ▶ Osorio, C. (1995) Diccionario de Comercio Internacional, México. Grupo Editorial Iberoamericana.
- ▶ Procolombia (30, julio, 2020). Beneficios tributarios que ofrecen los diferentes departamentos de Colombia. Noticias Procolombia. Recuperado de <https://www.inviertaencolombia.com.co/noticias/1276-estos-son-los-beneficios-tributarios-que-podra-encontrar-en-los-diferentes-departamentos-de-colombia.html>
- ▶ UNCTAD (2020). World Investment Report 2020 International production beyond the pandemic. New York: United Nations Conference on Trade and Development.



Agradecimientos:

Gracias al esfuerzo realizado por el equipo de la Secretaría de Asuntos Internacionales, al Ministerio de Comercio, Industria y turismo, ProColombia, entidades promotoras de comercio e inversión y aliados estratégicos, logramos como resultado la “Estrategia de Internacionalización” que mostrará lo mejor de Cundinamarca al mundo, aportará al progreso, la competitividad del departamento, el fortalecimiento de empresarios y emprendedores a través de la inserción de mercados, el posicionamiento de la canasta exportadora en el contexto internacional y la atracción de inversión extranjera directa.





ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN

• DE CUNDINAMARCA •

2020 - 2030



CUNDINAMARCA
iREGIÓN
Que Progresa!
EN INTERNACIONALIZACIÓN



Gobernación de
Cundinamarca