



Invest Pacific

Agencia de Promoción de Inversión
en el Pacífico Colombiano

2016

Informe de Gestión



La Agencia de Promoción de Inversión Invest Valle del Pacífico, Invest Pacific, es una entidad sin ánimo de lucro creada por los sectores público-privado de la región (Departamento del Valle del Cauca, Alcaldía de Santiago de Cali, Cámaras de Comercio, Zonas Francas, y más de 80 Empresas Privadas), con el fin de promocionar el departamento como destino de inversión nacional y extranjera.

Como agencia de promoción regional, atiende bajo estricta confidencialidad y sin cargo alguno a los empresarios interesados en la región, facilitando el proceso de inversión mediante la organización de agendas, la entrega de información y el relacionamiento con potenciales socios, aliados o proveedores locales, entidades de apoyo, y el sector público en general.

Así mismo, Invest Pacific trabaja para disminuir los obstáculos a las inversiones y apoya al empresario instalado en sus decisiones de reinversión.

Los esfuerzos de promoción activa de inversión están concentrados principalmente en sectores estratégicos con potencial de crecimiento en la región: Bioenergía, Macrosnacks, Proteína Blanca, Frutas Frescas, Metalmecánico y Automotor, ITO- BPO-KPO, Logística, Productos de Aseo y Cuidado Personal, y Excelencia Clínica.



Consejo Directivo 2016

Principales



Alejandro Zaccour Urdinola

Presidente Consejo Directivo, Gerente General Compañía de Mercados y Capitales S.A.S.

Roberto Pizarro Mondragón

Vicepresidente Consejo Directivo

Esteban Piedrahíta Uribe, Presidente Cámara de Comercio de Cali.

Carlos Eduardo Payán Villamizar , Gerente General Inversiones Concentrados S.A.

Isabela Navia Tenorio, Asesora de Comunicaciones Alcaldía de Cali.

Adriana Herrera Botta, Asesora Ad-honorem de la Gobernación del Valle del Cauca.

Carlos Arturo Pabón Tobón, Gerente Reckitt Benckiser Colombia.

Suplentes

Óscar Darío Morales Rivera, Consultor Empresarial.

José Fernando Ochoa Jaramillo, Vicepresidente Mercadeo Corporativo Colombina S.A.

Juan Darío Velásquez Cruz, Director General Cervecería del Valle S.A.

Alexánder Micolta Sabid, Presidente Ejecutivo Cámara de Comercio de Buenaventura.

María Victoria Vásquez Valencia, Coordinadora de Seguimiento Estratégico de la Alcaldía de Cali.

María Leonor Cabal, Secretaria de Desarrollo Económico y Competitividad del Valle del Cauca.

Guillermo López Muñoz, Presidente Compunet.

Invitados permanentes

Beatrice López Cabrera, Directora Oficina Regional, ProColombia.

Juan Carlos Botero Giraldo, Gerente Zona Franca del Pacífico.

Luz Elena González Prieto, Gerente Zona Franca Palmaseca.

Ana Lucía Jaramillo Valli, Directora Ejecutiva Cámara de Comercio Colombo Americana.

Alejandro Éder Garcés, Presidente Ejecutivo FDI Pacífico.

Julián González Juri, Asesor de Desarrollo Económico y Competitividad de la Alcaldía de Cali.

María Eugenia Lloreda Piedrahíta.

Fundadores.

Amalfi S.A. - Araújo Ibarra & Asociados S.A. - Asociación de Cámaras de Comercio del Suroccidente. - Cámara de Comercio de Cali. - Cámara de Comercio de Palmira. - Carvajal S.A. - Colombina S.A. - Comfandi. - Comfenalco Valle. - Gobernación del Valle del Cauca. - Ema Holdings S.A. - F.D.I. - Fanalca S.A. - Fondo Regional de Garantías S.A. - Franco Murgueitio & Asociados. - Ingenio del Cauca S.A. - Gases de Occidente S.A. E.S.P. - Ingenio Mayagüez S.A. - Ingenio Providencia S.A. - Makrosoft Ltda. - Manuelita S.A. - Offinet S.A.S. - Orgánica Ltda. - PISA S.A. - Polymers Crop S.A. - Seguridad Atlas Ltda. - SmartLink. - Smurfit Kappa Cartón Colombia S.A. - Tecnoquímicas S.A. - Zona Franca del Pacífico S.A. - Zona Franca Palmaseca S.A. - Zona Franca Permanente Conjunto Industrial Parque Sur.

Aportantes activos*

Cámara de Comercio de Cali. - Alcaldía de Santiago de Cali. - Gobernación del Valle del Cauca. - Smurfit Kappa Cartón de Colombia S.A. - EPSA. - Amalfi S.A. - Carvajal S.A. - PISA. - Ferrocarril del Pacífico S.A. - Recamier. - Bancolombia S.A. - Colombina S.A. - Manuelita S.A. - Harinera del Valle S.A. - Banco de Occidente. - Zona Franca del Pacífico S.A. - Cartones América. - Protección. - Arrocera La Esmeralda. - AMCHAM. - Cervecería del Valle S.A. - Compunet S.A. - FINESA S.A. - Cámara de Comercio de Palmira. - Raúl Suárez Arcila. - UP Sistemas. - Arindec. - Sainc. - Belleza Express. - Provalor. - Colsánitas. - Seguridad Atlas. - Cámara de Comercio de Buenaventura. - Compuredes.

*Activos a Diciembre del 2016.

Equipo de trabajo Invest Pacific

Director Ejecutivo – Alejandro Ossa Cárdenas.
Secretaria Asistente de Dirección Ejecutiva – Irene Silva Delgado.

Promoción y Facilitación de Inversiones

Gerente de Inversión ALEC (Agroindustria, Logística, Energía y Conexos) – Ana María Lancheros.
Gerente de Inversión Manufacturas – José Rafael Daste Marmolejo.
Gerente de Inversión Servicios – Carolina Monsalve Gärtner.

Apoyo Estratégico

Asesora de Información – Daniella Guzmán Gómez.
Asesora en Inteligencia de Mercados – Daniella Pellandi Astorquiza.
Practicante Asistente de Inversión – Juan Sebastián Bravo Caucayo.

Comunicaciones y Mercadeo

Directora de Comunicaciones y Mercadeo – Victoria Eugenia Molina López.
Community Manager – Álvaro Hernán López Plazas.

Revisoría fiscal

CROWE HORWATH COLOMBIA
Alfonso Riaño García (Principal).
Luis Wilmar Alzate Gómez (Suplente).

Contenido

Carta del Presidente del Consejo Directivo	5
Carta del Director Ejecutivo	6
Eje 1: incrementar la inversión extranjera y nacional en los sectores estratégicos	11
Inversionistas por País de Origen	12
Inversionistas por Sectores	13
Inversionistas por Fuente	14
Misiones Internacionales	15
Eventos	25
Inteligencia de Mercados y Apoyo Estratégico	31
Eje 2: posicional al Valle del Cauca como destino de inversión directa	32
Mejoramiento del clima de inversión	33
Comité de inversión extranjera	33
Mejora de la percepción internacional sobre la seguridad en la región	35
Cali Región sede de la Cumbre de la Alianza del Pacífico 2017	35
Promoción incentivos tributarios municipios	36
Estrategia de comunicación de Invest Pacific	36
Eje 3: fortalecer las relaciones con los actores que inciden en la inversión	38
El Valle mira Asia las oportunidades del Pacífico	39
Foro Divergente, Encuentro de creatividad e innovación para el crecimiento empresarial	40
Díaspóra vallecaucana	41
Otros eventos claves para la promoción de la región	42
Eje 4: garantizar la sostenibilidad de la Agencia	46

Apreciados todos

El año 2016 fue un buen año para la Agencia. La gestión de atracción de inversión cumplió con la meta de atraer 16 proyectos de inversión, entre los cuales se cuentan cuatro reinversiones hechas por empresas ya instaladas, lo cual ratifica que nuestra región da frutos y sobre todo, es terreno fértil para continuar creciendo. Con ellas, ingresaron al Valle del Cauca cerca de 126 millones de dólares y más de 750 empleos directos de calidad.

Pusimos en marcha varios de los proyectos del plan estratégico de la agencia y algunos de ellos darán resultados en el 2017, lo cual nos augura un buen panorama de trabajo e impacto positivo para la región. Durante el año 2016, en los varios viajes internacionales realizados no sólo se hizo la labor de promoción de inversión ante potenciales inversionistas sino que se empezó a conformar la red de ejecutivos vallecaucanos que viven en el extranjero (diáspora), red con la cual buscamos identificar mayores oportunidades de inversión así como también contribuir a mejorar el mejoramiento de la percepción de la región.

Por otro lado, en términos de sostenibilidad financiera podemos resaltar que los aportantes, tanto del sector público como privado, fueron fundamentales para poder llevar a cabo nuestra función. Vale la pena resaltar especialmente que tanto la Gobernación del Valle como la Alcaldía de Cali cumplieron con su promesa de apoyar a la Agencia, por eso este año los tuvimos a los dos como grandes aportantes. Esperamos continuar contando con el apoyo de las Administraciones durante todo su periodo de gobierno, y motivar a otros municipios a que hagan lo propio, dada la relevancia que tiene la labor de la Agencia para el desarrollo social y económico del Valle del Cauca. Agradecemos también a todos los aportantes privados, que con sus constantes donaciones contribuyen a la labor de la Agencia.

El equipo humano que está detrás del nombre de Invest Pacific es lo que ha hecho de la agencia una entidad respetable, confiable y de carácter neutral. A todos ellos gracias por su esfuerzo, dedicación y compromiso. Sin duda, han contribuido al cambio de discurso regional, en donde la mirada está puesta hacia promulgar que somos la región más estratégica de Colombia sobre la cuenca del pacífico, tanto para invertir como para vivir.

Alejandro Zaccour Urdinola
Presidente Consejo Directivo
Invest Pacific

Apreciados miembros de Invest Pacific

Promover al Valle del Cauca como el lugar más estratégico para invertir, es una labor que desde Invest Pacific encaramos con mucho entusiasmo, pasión y sobretodo profesionalismo. Llevamos el nombre del Valle del Cauca con profundo orgullo y somos unos convencidos de que nuestra región se encuentra ante un futuro muy prometedor.

Colombia se encuentra en un momento de transformación. El mundo nos está mirando en busca de esperanza y optimismo ante la coyuntura de incertidumbre que hoy existe en el planeta, la cual contrasta con las buenas noticias que emergen de nuestro país y nuestro departamento.

De acuerdo con The Economist, Colombia fue el país del año 2016, y para Lonely Planet, Colombia es el país para visitar en el 2017. Para el Financial Times, el Valle del Cauca fue rankeado en el top ten en Investment Friendliness (Amabilidad para hacer negocios) y Editors Pick in FDI Strategy 2016 (Recomendación del editor para la Estrategia de Inversión Extranjera), elementos que pueden sonar etéreos para algunos, pero para el mundo empresarial es una evidencia más de que algo extraordinario está pasando en nuestro país y en nuestra región.

Estamos convencidos del buen momento que está viviendo la región. Somos optimistas de que nuestro futuro es aún más brillante que nuestro presente.

Durante el 2016, nuestros esfuerzos de promoción de inversión los realizamos a través de la construcción de las propuestas de valor sectoriales en donde promovimos las ventajas del Valle del Cauca y aquello que nos diferencia de cara a otras regiones sobre la cuenca del Pacífico. Fue un año muy activo. Recibimos inversionistas procedentes de muchos países de los cinco continentes, entre los cuales están Alemania, Australia, Noruega, Suráfrica, India, Francia, España, Estados Unidos, México, Chile, Portugal, Aruba, Reino Unido y Colombia; inversiones que impactaron positivamente varios municipios del Valle del Cauca como Yotoco, Cali, Palmira, Yumbo, Buga y Buenaventura; y Villarica en el Norte del Cauca.

El Valle del Cauca y Norte del Cauca se están convirtiendo en el principal destino para el asentamiento de inversiones nacionales e internacionales, generando movimientos de relocalización empresariales, para abastecer las necesidades de un mercado local de 48 millones de habitantes, y al mismo tiempo, perfilarse como una plataforma exportadora capaz de atender los mercados de la cuenca del Pacífico.

Durante el 2016, el sector manufacturas lideró la llegada de inversionistas, seguido del sector servicios y luego ALEC. Tenemos un gran potencial para atraer muchas más empresas, no solo debido a las ventajas naturales de la región sino al poder de atracción que tiene la calidad del tejido empresarial local, los centros de investigación y desarrollo, la academia y el talento humano, factores que dejan huella en todos quienes nos visitan y hacen negocios.

Pero para lograr todas nuestras metas, necesitamos trabajar de manera articulada con diferentes entidades públicas y privadas, a través de los cuales apoyamos el mejoramiento del clima de inversión, el posicionamiento de la región y el mejoramiento de las relaciones con varios actores claves. Somos una entidad que ayuda a la construcción de una mejor región.

En cuanto a clima de inversión, trabajamos de manera conjunta con diferentes municipios para apoyar los procesos de mejora de incentivos tributarios, bilingüismo y el mejoramiento de las capacidades de desarrollo económico, a través de la identificación de sus potencialidades en materia de atracción de inversión.

En posicionamiento de la región, durante el año 2016 nos pusimos en la tarea de identificar a ejecutivos vallecaucanos residentes en el extranjero a fin de convertirlos en embajadores de buena voluntad. Trabajamos con varias embajadas para mejorar las alertas de viaje contra Cali, al mismo tiempo que con los medios de comunicación más importantes del país, a quienes les compartimos las positivas y grandes noticias que están pasando en nuestra región.

Junto con otras entidades como el Comité Intergremial y Empresarial del Valle, la Cámara de Comercio de Cali, la Alcaldía de Santiago de Cali y la Gobernación del Valle logramos fortalecer el posicionamiento de la región ante la Presidencia de la República, logrando obtener la sede de la próxima Cumbre Presidencial y Empresarial de la Alianza del Pacífico. Nos queda como región la tarea de organizar la casa para recibir a las más de 1,200 personas que atenderán este importante encuentro. Pero no solo es lograr que sea una gran fiesta, sino que es tarea y compromiso de todos, empresarios, sector académico y gubernamental, sentar las bases para que de ese encuentro en adelante el Valle del Cauca verdaderamente se convierta, por su gestión y participación, en la región capital de Colombia para la Alianza del Pacífico. Por eso, los invito a que trabajemos juntos para lograrlo.

Finalmente, quiero agradecer a todas las entidades públicas y empresas privadas que con sus aportes económicos y estratégicos hicieron posible que cumpliéramos con nuestra misión. De manera especial, quiero agradecer y visibilizar el compromiso por parte de todo el equipo de Invest Pacific, por su apoyo y dedicación durante este año. Sin ellos, todos los logros y gestiones contenidas en este informe no hubiesen sido posibles.

Espero que la información condensada en este informe de gestión del año 2016 les sea valiosa, útil y sobre todo inspiradora para continuar trabajando en pro de nuestra región. Desde Invest Pacific continuaremos trabajando por el Valle del Cauca, por aportar a mejorar la calidad de vida y el bienestar de los vallecaucanos. Esperamos continuar contando con su apoyo para lograrlo.

Alejandro Ossa Cárdenas
Director Ejecutivo
Invest Pacific

MISIÓN.

Somos la Agencia dedicada a atraer inversión al Valle del Cauca, brindando un servicio oportuno y profesional a los inversionistas nacionales y extranjeros en busca del desarrollo económico y social sostenible de la región.

VISIÓN.

A 2019 Invest Pacific habrá logrado atraer al Valle del Cauca y Norte del Cauca el doble de inversiones y empleos directos generados durante los primeros 4 años de funcionamiento.

Plan Estratégico Invest Pacific 2015-2019

Invest Pacific ha definido seis ejes estratégicos dentro de su plan estratégico. De estos, cuatro están destinados a apoyar la labor de promoción y atracción de inversión a la región y los dos restantes, son para el fortalecimiento interno de la Agencia; cada eje estratégico está compuesto por diferentes proyectos.

Los ejes estratégicos son:

Eje Estratégico 1: incrementar la inversión extranjera y nacional en los sectores estratégicos.

Este eje busca generar esfuerzos para atraer empresas con alta vocación de comercio exterior, tanto en bienes como en servicios, especialmente aquellas que quieran atender el mercado de los países de la Alianza del Pacífico. Adicionalmente, se buscan empresas que puedan suplir los vacíos de las cadenas productivas (brechas) de la región y de Colombia, aprovechando el mercado interno y las múltiples opciones de acceso a variados mercados internacionales a través de los diferentes tratados de libre comercio firmados por Colombia. Así mismo, apoyamos a las empresas extranjeras ya instaladas en la realización de reinversión en la región.

Eje Estratégico 2: posicionar al Valle del Cauca como destino de inversión directa.

El propósito de este eje es visibilizar las ventajas diferenciales de la región ante potenciales inversionistas, medios de comunicación, embajadas, entidades públicas y privadas que influyeran o que tengan relación directa con potenciales inversionistas, de manera que reciban información actualizada y estratégica de Cali y la Región, tanto en materia de inversión como en desarrollo, seguridad, calidad de vida y logros positivos.

Eje Estratégico 3: fortalecer las acciones con actores que inciden en la inversión.

Este eje abarca un trabajo de relacionamiento con tres grupos claves para la agencia: Sector Privado, Sector Público y Sector Académico, con los cuales se busca hacer visible todo el trabajo de la Agencia, más allá de los logros de inversión, de tal manera que ellos sean una caja de resonancia y nos puedan fortalecer y facilitar la labor de la Invest Pacific.

Eje Estratégico 4: garantizar la sostenibilidad de la Agencia.

La sostenibilidad de la Agencia se basa tanto en los logros que en materia de donación y convenios interadministrativos se obtengan, así como en generar las estrategias adecuadas para garantizar la perdurabilidad de Invest Pacific en el tiempo.

Eje Estratégico 5: optimizar los procesos de la Agencia.

Este eje se refiere a lograr la mejora continua de los diferentes procesos e incluir aquellos que sean necesarios para hacer mucho más eficiente y efectiva la labor de la Agencia.

Eje Estratégico 6: gestionar el talento humano y garantizar la infraestructura física y tecnológica adecuada.

Con este eje buscamos potenciar las habilidades de los miembros del equipo de Invest Pacific para que puedan continuar dando lo mejor de sí y al mismo tiempo, crecer tanto profesional como personalmente. Así mismo, realizar todas las acciones encaminadas a mantener enlucida y a punto nuestras instalaciones.

Eje 1: Incrementar la inversión extranjera y nacional en los sectores estratégicos.



Durante el 2016, con el apoyo de Invest Pacific se logró la materialización de 16 proyectos de inversión en la región, 10 de ellos corresponden a la instalación de nuevas empresas extranjeras, 4 reinversiones realizadas por empresas ya instaladas y las 2 restantes, de compañías colombianas que no tenían presencia en el Valle del Cauca. La llegada de estas empresas significó una inversión estimada de USD\$125,5 millones y la generación de 783 empleos directos.

Desde que la Agencia inició operaciones en el 2011, a la fecha se han instalado 60 empresas nuevas en la región, con una inversión de USD\$673 millones, generando alrededor de 5.700 empleos directos.

Las empresas nacionales y extranjeras que materializaron en 2016 su decisión de invertir en la región fueron: Yara (Noruega), Indugral (Sudáfrica), Essel Group (India), Labosport (Francia), Leapingto (España), Accor (Chile), Manufacturas Silíceas (Colombia), Emotion Group (México), Marcovil (Portugal), Servientrega (Colombia), DHL (Alemania), Excellent MPS (Aruba). Por su parte, las empresas Goodyear (EE.UU.), Amcor (Australia), Abbott (EE.UU.) y Unilever (Reino Unido) realizaron reinversiones para fortalecer y expandir sus operaciones en la región.

Para apoyar la labor de atracción de estas empresas, en 2016 se llevaron a cabo 37 agendas con empresas interesadas en invertir en la región. Dichas agendas consistieron en visitas a zonas francas, parques industriales e inmuebles, reuniones con empresarios, y representantes del sector público y de la academia, tendientes a brindar el apoyo para la localización de las nuevas compañías.

La agenda con los interesados en hacer inversiones en el Valle del Cauca provino de empresas de variados sectores como: Metalmecánica, Pinturas, Alimentos, Construcción, Estructuras, Artículos de oficina, Insumos médicos, Productos químicos, Logística, Energía renovable, Agrícola, Fondo de Inversión, Bebidas, IT, Conexión satelital, KPO, BPO, Certificadoras deportivas, Inmobiliarios y Hoteles. De las 37 agendas que se atendieron, 18 fueron de Servicios, 9 de Manufacturas y 10 de ALEC.

Inversionistas por País de Origen.

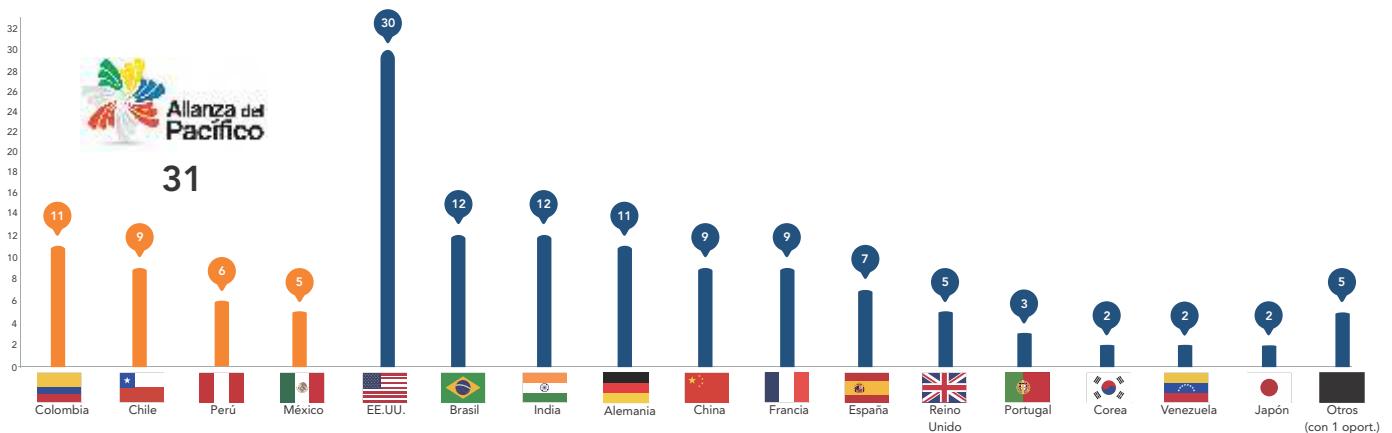
En el 2016, se generaron 140 nuevas oportunidades potenciales de inversión. De éstas, el 21% provino de Estados Unidos coincidiendo con la tendencia de ser este país la principal fuente de inversión extranjera directa en el mundo. La segunda fuente de oportunidades fue el bloque de Alianza Pacífico con el 14%, reforzando la estrategia de la agencia de mirar cada vez más hacia estos países. Brasil e India fueron

también fuentes importantes con el 9% cada uno, y la inversión nacional potencial representó el 8%. Los países Europeos representaron una cuarta parte de las oportunidades y el resto de países del continente asiático representaron el 9%.

Lo anterior se puede apreciar en la Gráfica 1 “Oportunidades por País de Origen”, en donde el más grande generador de oportunidades de inversión para el Valle del Cauca durante el 2016 fue Estados Unidos con 30, seguido por Brasil e India con 12, y Colombia y Alemania con 11.

Se destaca el crecimiento en la participación de India y Alemania, impulsado principalmente por las misiones realizadas a estos países durante el 2016.

Gráfica 1 - Oportunidades por país de Origen 2016.



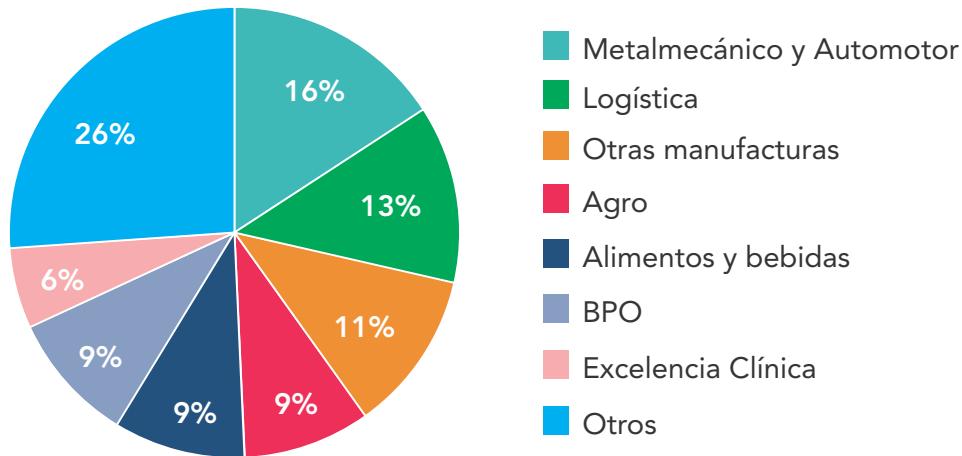
Inversionistas por Sectores.

Los sectores que más se destacaron en el 2016 en términos de generación de oportunidades nuevas fueron el Metalmecánico & Automotor con el 16%, Logística con el 13%, y el sector de Otras Manufacturas con el 11% (siendo los subsectores más dinámicos: manufacturas con base en plástico, textiles y productos químicos). Como se puede apreciar en la Gráfica 2, estos tres rubros representaron el 40% de las oportunidades de inversión nuevas generadas en el 2016.

Otros sectores significativos fueron Agro, Alimentos y Bebidas, y BPO con el 9%, Excelencia Clínica con el 6%, y IT y Software, Belleza & Cuidado Personal y del Hogar, Materiales de Construcción, Energías Renovables e Inmobiliario con el 4%. En general, el sector de Manufacturas representó el 41%, seguido del sector de ALEC (Agroindustria, Logística, Energía y Conexos) con el 37%, y el sector Servicios con el 22%.

Respecto al 2015, la composición de las oportunidades fue más variada, en parte por la recuperación de sectores como el Agro y, el de Alimentos & Bebidas, los cuales pasaron de ser el 6% a tener una participación conjunta del 18%. El sector Metalmecánico y Automotor siguió siendo el líder en este rubro aun cuando decreció su participación del 22% al 16%, y el sector Logístico se ubicó en el segundo lugar de importancia gracias a la misión realizada este año a Alemania la cual se enfocó en dicho sector. El rubro más importante del sector Servicios fue el de BPO con una participación del 9% del total.

Gráfica 2 - Oportunidades nuevas por sector 2016.

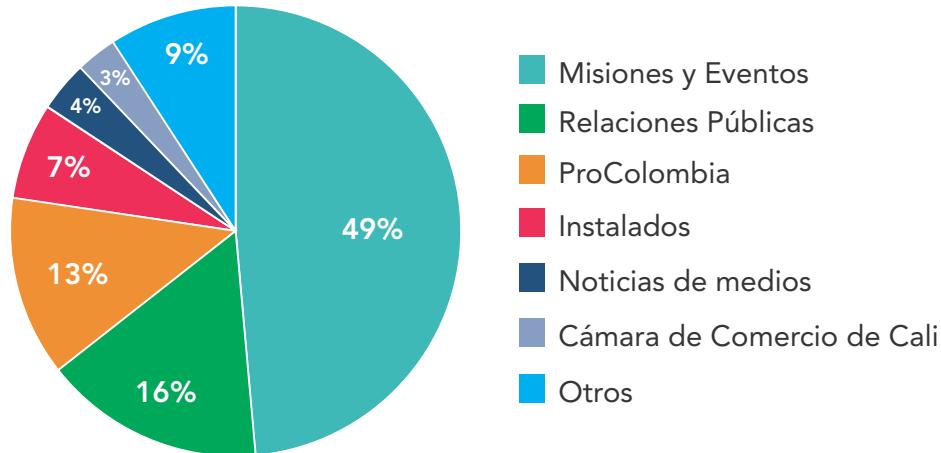


Inversionistas por Fuente.

Como se puede apreciar en la Gráfica 3, las misiones y los eventos fueron la principal fuente de oportunidades para el año 2016, pero esta vez cobrando mucha más importancia que en el 2015 ya que pasaron de ser el 29% del total a representar casi la mitad de la participación. En general, aproximadamente el 75% de las oportunidades se derivaron de gestión directa por parte de la Agencia (misiones y eventos, relaciones públicas, trabajo con instalados, correo directo y portal web), mientras que

el 25% restante se generó con el apoyo de aliados estratégicos, entre ellos ProColombia el cual participó con el 13% del total frente al 28% del 2015. La Cámara de Comercio de Cali, las firmas inmobiliarias y las zonas francas de la región fueron también jugadores importantes para la generación de oportunidades nuevas en el 2016.

Gráfica 3 - Oportunidades nuevas por fuente 2016.



Misiones Internacionales.

Durante el año 2016 se hicieron 8 misiones internacionales, en busca de inversionistas que incluyeron visitas a países de América, Europa y Asia. Los inversionistas contactados en las misiones realizadas por la Agencia, así como en los eventos internacionales asistidos, fueron previamente identificados por los Gerentes y el equipo de Apoyo Estratégico. También resulta importante para Invest Pacific los inversionistas referidos por otras entidades como ProColombia, la Cámara de Comercio de Cali, las Zonas Francas Regionales, los gremios, la Alcaldía de Santiago de Cali y algunos aportantes, entre otras fuentes.

Misión Chile (Mayo 17-20).

Con una población aproximada de 17.5 millones de habitantes, Chile es un país relativamente pequeño pero con un gran desempeño económico e industrial. Dado el tamaño de su mercado, las empresas chilenas se han visto en la necesidad de expandirse a otros mercados para aumentar sus ventas de tal forma que en el sector de alimentos el país reportó exportaciones USD\$ 16.217 millones en 2014,

convirtiéndolo en uno de los principales proveedores latinoamericanos de alimentos al mundo.



Al igual que el tamaño del mercado, la escasez de tierras y los altos costos de las mismas ha conllevado a que muchas empresas chilenas del sector de agroindustria estén buscando nuevas oportunidades en otros mercados más grandes y estratégicos, que además cuenten con mayor disponibilidad de tierras para cultivos, por lo que Colombia se ha convertido en un mercado atractivo.

Con base en ello, y dado el potencial agrícola de nuestra región, Invest Pacific organizó reuniones con empresarios chilenos de los sectores de agroindustria y logístico que tuvieran cierto vínculo con Colombia y que pudieran estar interesados en expandir sus operaciones en nuestro país. La agenda se realizó en conjunto entre Invest Pacific y la oficina comercial de ProColombia en Chile.

Se generaron cinco nuevas oportunidades de inversión, de las cuales tres se espera realicen una visita a la región durante el 2017.

En el sector agro se identificaron algunas empresas con interés en invertir en cultivos especialmente de piña y aguacate. Para alimentos procesados también se han identificado oportunidades, especialmente para trabajar con empresas que están exportando a Colombia y que como parte de su estrategia de consolidación les interesaría abrir operaciones en este mercado para atender el mercado nacional e incluso los mercados de países vecinos como Perú y Ecuador.

En el sector logístico, dada la gran capacidad exportadora que tiene Chile, este es un sector bastante desarrollado, que maneja todos los tamaños, con amplia experiencia, que podrían venir a aportar al sector logístico colombiano. Adicionalmente, algunas de las empresas visitadas tienen clientes multinacionales



Ana María Lancho, Gerente de Inversión sector agroindustrial de Invest Pacific, junto a Rhianon Berry, Comisaria para Suramérica de NZTE (oficina comercial de Nueva Zelanda).

que cuentan con operaciones en el Valle del Cauca o en otras regiones de Colombia, lo que facilita el proceso de decisión de inversión para las mismas.

Aprovechando la misión a Chile, se estableció una reunión con la Comisaría para Suramérica de NZTE, la oficina comercial de Nueva Zelanda que promueve las exportaciones y la inversión de empresas de ese país en el exterior. En este momento están apoyando alrededor de 20 empresas que tienen interés de hacer negocios en Colombia y por tal razón han decidido establecer una oficina en nuestro país.

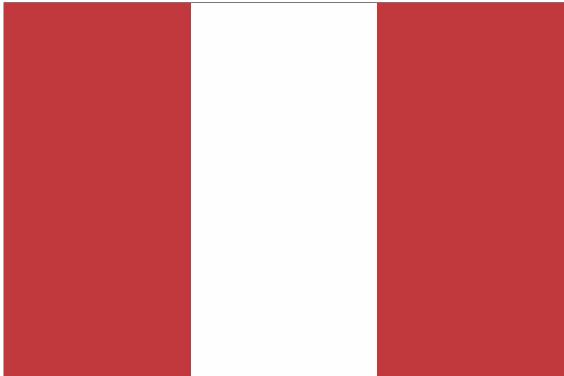
Misión Perú (Junio 20-23).



Perú es uno de los países de la región que mayor crecimiento económico ha mostrado en los últimos años y con la reciente elección a comienzos del mes de junio de Pedro Pablo Kuczynski como nuevo presidente del país, los empresarios esperan que se siga dando esta tendencia de crecimiento. La misión en Perú estuvo principalmente enfocada en los sectores agroindustrial y de logística y se realizó en conjunto entre Invest Pacific y la oficina comercial de ProColombia en Perú. De esta misión, se generaron cinco oportunidades de inversión, de las cuales dos se espera realicen una visita a la región en el transcurso del 2017.

En general, existe gran afinidad cultural entre Perú y Colombia, por lo que los peruanos se sienten muy cómodos a la hora de considerar a Colombia como destino de inversión y destacan la importancia del tamaño del mercado, también muy atentos a las oportunidades que se puedan generar en Colombia durante el post conflicto.

El hecho de estar ubicados en el Pacífico generó interés por parte de los empresarios por nuestra región. Es importante destacar que en Perú no hay zonas francas, algunos empresarios hablaron que no hay más de 3 pero que las existentes no operan bien, por lo que hubo un importante interés de conocer sobre las zonas francas en Colombia y los beneficios que representan para una empresa establecerse dentro de una de ellas. En este sentido se les habló sobre las 6 zonas francas que tenemos en el Valle del Cauca y las



ventajas y beneficios tributarios y aduaneros que ofrecen las mismas.

En el sector agrícola se identificó que Colombia puede representar una alternativa para el cultivo de varios productos, por ejemplo el caso del aguacate. La cosecha se da en el país vecino entre marzo y septiembre mientras que en Colombia es de octubre a marzo, por lo que existe interés por parte de empresas en invertir en Colombia para satisfacer la demanda de sus clientes internacionales a los cuales solo pueden proveer por medio año.

En alimentos procesados también existen oportunidades de atracción de inversión. Dado que las empresas peruanas están teniendo un buen desempeño en este sector y están buscando expandir sus operaciones, les resultó interesante conocer más acerca de las ventajas de nuestro departamento. Según información de algunos empresarios peruanos, el metro cuadrado en Lima es muy costoso y la única opción que tienen para expandirse es construir por fuera de Lima. Al presentarles la región, les pareció interesante empezar a conocer más sobre el Valle del Cauca y así, no sólo establecerse en otro mercado más costo-eficiente sino que al mismo tiempo estarían aprovechando una oportunidad para generar presencia en un nuevo mercado.

En cuanto al sector logístico también se han identificado oportunidades para atraer inversión a la región, especialmente para empresas que manejen cadena de frío y que faciliten el conocimiento de este tipo de transporte a los productores vallecaucanos y nacionales de alimentos, farmacéuticos, entre otros que requieren este importante servicio.

Misión Brasil (Agosto 29 - Septiembre 2).

Se realizó una misión de cuatro días en Brasil en la cual se desarrolló una agenda en Sao Paulo, con el apoyo de APEX y ProColombia. Se obtuvo un resultado positivo, puesto que la mayoría de estas empresas se encuentran interesadas en atender el mercado colombiano y andino. De igual forma, también tienen interés en la Alianza Pacífico y trabajar sobre este tema.



La difícil situación que atraviesa Brasil en el momento tiene dos caras. Una muy positiva, debido a que las empresas tienen un afán mayor de internacionalizarse, lo que no pasaba anteriormente por su gran mercado interno. Al tener un mercado doméstico de más de 200 millones de habitantes, las empresas brasileñas enfocan todos sus esfuerzos hacia adentro, haciéndolas de cierta manera, menos competitivas a nivel mundial. La incertidumbre ha hecho que esto cambie y deban buscar destinos diferentes de exportación e inversión. La otra cara, es que ya de por sí las empresas brasileñas eran más adversas al riesgo que el promedio, y la difícil situación económica y política ha hecho que esto se refuerce. Esto significa que la mayoría quieren antes de hacer esfuerzos de inversión, tener ventas cautivas, por lo que los mayores esfuerzos se harán en un corto plazo en operaciones comerciales y de mercadeo, un poco en detrimento de los proyectos de inversión.

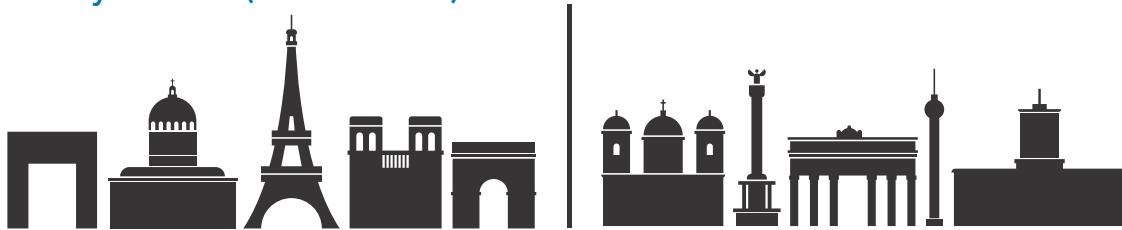
Debido a esto, y a querer reforzar sus nuevos mercados, la posibilidad de centros de distribución es bastante alta, donde al comienzo exporten y sea su hub logístico, y luego emprendan procesos livianos (etiquetado, ensambles pequeños, entre otros). Esto abre las posibilidades de inversiones de este tipo en la región.

De igual forma, el modelo de negocio planteado resulta ser muy atractivo para las empresas brasileñas, ya que el Valle del Cauca les ofrece un acceso costo-eficiente para la importación de materias primas y semiprocesados de Asia, y también al mercado de la cuenca del Pacífico, algo que ya la mayoría de empresas han definido que quieren seguir.

Misión EE.UU. Costa Este (Agosto 22-30).

Se visitó Atlanta, Miami y Nueva York donde se tuvieron 11 reuniones con empresas del sector de ITO, BPO, KPO & CSC para presentar la región y las oportunidades de inversión, específicamente en Cali. El resultado fue positivo ya que se pudieron visitar empresas interesadas en conocer detalladamente las oportunidades y ventajas de invertir en Cali. Dos de las empresas interesadas, tienen operaciones industriales en la región, por lo cual se debe trabajar con la gerencia de manufacturas para fortalecer el interés del establecimiento de sus centros de servicios compartidos en Cali.

Misión Francia y Alemania (Octubre 17-27).



Durante la primera parte de la misión en París se realizaron agendas con cuatro empresas del sector de energías renovables y logística. Las dos empresas de energías renovables ya están en conversaciones con EMCALI para ver cómo podrían instalar sus proyectos en la región. También se realizó una reunión con Linka International, empresa de una colombiana que maneja el tema de relaciones públicas que trabaja en diferentes empresas y países, un buen contacto para la divulgación de las buenas noticias del Valle del Cauca.

En la segunda parte de la misión se visitó Alemania. La agenda que incluyó más de 10 reuniones fue coordinada con apoyo de la Cámara Colombo Alemana. Las ciudades visitadas durante la misión a este país fueron Hamburgo, el principal puerto de Alemania y uno de los más grandes de Europa. Adicionalmente se realizaron reuniones en Bremen, una ciudad cercana a Hamburgo y de vocación logística por su cercanía al puerto.

En Bremen se realizó un desayuno organizado por Verein Bremer Spediteure - Asociación de Freight Forwarders (agentes de carga). Al evento participaron 15 empresas donde el único motivo era conocer sobre el Valle del Cauca y las oportunidades de inversión en el Pacífico Colombiano. Adicionalmente se

sostuvo reunión con Hansa International Maritime Journal que es uno de los principales magazines de la industria marítima y es el magazine más antiguo de su tipo en Europa (1864). Tiene un alcance de más de 36,000 lectores en 60 países. Hansa International realizó una entrevista especial a propósito de la apertura del Puerto de Aguadulce.

En general se percibió que las empresas de ambos países cada vez están mirando más a la región de América Latina como un destino atractivo para la inversión y dentro de ellos Colombia es atractivo pero aún un poco desconocido. Según sugerencias de algunos empresarios y asociaciones, para promover la IED, es de gran impacto para los inversionistas poderles presentar el testimonio de empresas europeas que estén instaladas en la región para que cuenten por qué la escogieron y cuál ha sido su experiencia.

En Francia existen oportunidades para el desarrollo de proyectos de energías renovables pero es necesario presentar mayor información (detallada) de proyectos específicos que existan en la región. El proyecto de EMCALI puede ser una buena oportunidad de inversión. En Alemania después de esta misión se considera que existen oportunidades de inversión, sin embargo algunos empresarios mencionaron que el idioma es aún una limitante para el desarrollo de nuevos negocios en la región.

Misión India (Noviembre 7-16).

Se realizó una misión de cinco días en la India donde se desarrolló una agenda en cuatro ciudades: Nueva Delhi, Ahmenabad, Bangalore y Pune, con el acompañamiento durante toda la agenda de la oficina comercial de ProColombia en Nueva Delhi. Los sectores priorizados para la misión fueron principalmente manufacturas, entre estos el Metalmecánico y Automotor y el Farmacéutico. Se tuvo reuniones en cuatro ciudades con 12 empresas del sector Metalmecánico y Farmacéutico. Tres mostraron una alta probabilidad de inversión en la región. Adicionalmente se participó en un evento organizado por la Confederación de Industrias de la India en donde se presentaron las ventajas y oportunidades de IED en el Valle del Cauca a 10 empresas asistentes. También se sostuvieron reuniones con entidades gubernamentales en donde se abordaron temas de IT.

La gran mayoría de estas empresas están interesadas en atender el mercado colombiano, andino y latinoamericano en general. El mercado latinoamericano es llamativo para las empresas de la India debido a su tamaño y a su manera accesible en términos de costos de llegar al mercado de los Estados Unidos. De

igual forma, el bloque de Alianza Pacífico es un tema que les llama mucho la atención y lo quieren trabajar también.

Las empresas de la India son grandes para los parámetros de Colombia, por lo que se les debe hablar del mercado ampliado para que sea llamativa una posible inversión. Como están acostumbrados a un mercado interno de más de 1,000 millones de habitantes y al continente asiático también con China, hablarles de un mercado de 45 millones de personas les parece irrisorio. Debido a esto, siempre hay que hablar del mercado latinoamericano o de Alianza del Pacífico en lo que el Valle del Cauca tiene una gran fortaleza debido a su fácil acceso.



Son empresas que tienen capacidad monetaria para invertir por ellos mismos, pero muchas prefieren hacerlo con un socio debido a que no conocen el mercado, y la cultura latina de negocios es muy diferente a la de ellos. Sin embargo, las empresas que ya han tenido contactos comerciales con Colombia o con la región, pueden en cualquier momento tomar la decisión de embarcarse en una inversión greenfield sin ningún problema. Entienden que un socio les pueda dar una mano en el tema comercial pero que deben estar presentes en la región para tener una participación significativa.

El tema logístico es uno de los principales atractivos de la región. Debido a la distancia, abordar desde la India el mercado latino no es factible por lo que buscan un lugar costo-eficiente para realizar sus operaciones (por esto los casos de éxito de Hero y Essel Propack en el Norte del Cauca). El Valle del Cauca les brinda otra ventaja adicional y es el fuerte tejido empresarial. Muchas de las empresas se quedaron positivamente impactadas de la cantidad de multinacionales presentes en la región con manufactura. El Valle del Cauca les ofrece también un acceso costo-eficiente para la importación de materias primas y semiprocesados desde la India, por lo que pueden pensar también en una operación de ensamble sin ningún problema. India debe seguir siendo uno de los países prioritarios para trabajar con miras a la atracción de inversión a la región.

Misión Miami (Noviembre 14-18).

Se visitó la ciudad de Miami principalmente para explorar oportunidades en el sector agroindustrial, buscando atraer inversión de cultivos de frutas y empresas de alimentos procesados. Se sostuvieron reuniones uno a uno con 10 empresas del sector agroindustrial, específicamente de frutas y alimentos procesados. Tres de ellas muestran una alta probabilidad de invertir en la región.

En general existe interés por invertir en el sector agroindustrial en Colombia y en el Valle del Cauca. Después de esta agenda se considera que existen varias oportunidades de inversión que se deben trabajar, inicialmente enviando la información solicitada por los inversionistas. Se espera durante el 2017 tener la visita de algunos de ellos a la región. Los empresarios solicitan información de incentivos locales para la inversión. Así como algunos países como Costa Rica que ofrecen 0% en impuesto a la renta para inversión en el sector agro y como lo hacen también algunas regiones de los Estados Unidos, los inversionistas esperan recibir algún tipo de beneficio tributario.

Misión México (Noviembre 28 - Diciembre 1).



Se realizó una misión de 4 días a México, donde la agenda se desarrolló en su totalidad en Ciudad de México, con el acompañamiento de la oficina comercial de ProColombia en ese país. Los sectores priorizados para la misión fueron principalmente manufacturas, entre estos el sector Metalmecánico y Automotriz y el de Belleza, Cuidado Personal y del Hogar con reuniones uno a uno. En México D.F. se realizaron reuniones con seis empresas del sector Metalmecánico, Automotor, de Belleza y Cuidado Personal, dos mostraron una alta probabilidad de inversión en la región. También se realizaron reuniones con gremios del sector Automotor, Empaques, Belleza y Cuidado Personal.

México es un país que debe ser prioritario en los esfuerzos de atracción de inversión por varias razones, de las cuales se destacan tres. La primera es por la Alianza del Pacífico. Este bloque ha acercado cada vez más a los dos países y al tener un vínculo fuerte por el Pacífico, el Valle del Cauca se vuelve estratégico para los negocios con este país.

La segunda razón es que Colombia es el mercado que las empresas mexicanas buscan después de



Estados Unidos y Centroamérica. Estados Unidos y Canadá, por razones de ubicación y relaciones comerciales históricas (NAFTA) ha sido siempre el mercado prioritario de México. Aproximadamente el 80% de sus exportaciones se dirigen a esos países. El segundo mercado de expansión natural es Centroamérica, pero cuando éste se queda pequeño, el tercer mercado natural de las empresas mexicanas es Suramérica, por similitudes culturales y económicas, y ventajas logísticas, Colombia es la puerta de entrada que les parece más apropiada.

Aquí cobra importancia el Valle del Cauca porque se vuelve la región ideal para atender el mercado colombiano pero también para atender el mercado de exportación de los países andinos y del resto del continente.

La otra razón, coyuntural, es la elección de Donald Trump como presidente de los Estados Unidos. Todas las empresas, gremios y hasta la sociedad civil ha manifestado un alto grado de incertidumbre frente a lo que puede pasar con su principal socio comercial. Debido a esto, las empresas están pensando en diversificar mucho más sus mercados, y ahí es donde la Alianza Pacífico y Suramérica pueden volverse aún más atractivos.

Al mirar "hacia abajo", los mexicanos ven en Colombia uno de sus principales aliados, y allí es donde el Valle del Cauca debe sacar a relucir todas sus potencialidades para posicionarse como el hub de todas estas empresas mexicanas que ya han empezado a buscar el mercado Suramericano. Es un caso similar al que vivió Colombia cuando empezó la incertidumbre con Venezuela que era su principal socio de negocios.

Debido a esto, es prioritario para Invest Pacific seguir apuntando hacia México y desarrollar una estrategia puntual de atracción de inversión para las empresas mexicanas que están detrás de estos esfuerzos de diversificación.

Eventos.

Alimentec - Bogotá (Junio 8-11).



Invest Pacific visitó la feria de alimentos más importante de Colombia, Alimentec, que congregó a las empresas más representativas de la industria nacional e internacional en materia de la industria de alimentos, bebidas y servicios afines. La participación en la feria es importante porque permite identificar los países y empresas extranjeras que están apostándole a Colombia como mercado para vender sus productos, y que en un futuro dependiendo de su desempeño en el mercado podrían pensar en Colombia no solo como un mercado para exportación sino también con una opción de inversión.

En el marco de la feria realizada en Corferias, también se llevó a cabo un foro sobre “Tendencias y oportunidades de mercado e inversión para la industria global de alimentos en Colombia”, organizado por ProColombia e Invest in Bogotá en la cual se contó con la participación de la Directora de la Cámara de Alimentos de la ANDI, María Carolina Lorduy y donde algunas empresas como Dole presentaron su caso de éxito de inversión en Colombia.



Shared Services and Outsourcing Week Latin America 2016
- Miami (Agosto 22-30).

Es un evento enfocado en ofrecer contenidos de vanguardia para el sector de centros de servicios compartidos - CSC, principalmente retos referentes a la creación de valor, innovación y optimización; pero el reto más grande que enfrentan es el manejo del recurso humano. Los eventos de SSON son bastante reconocidos a nivel mundial y han desarrollado conferencias enfocadas en la cultura de cada geografía para el éxito y desarrollo de centros de este estilo.

Es un evento muy técnico en temas de centros de servicios compartidos pero que permite presentar a la ciudad de Cali como destino atractivo para las operaciones. Se lograron contactos interesantes en el networking y el trabajo en conjunto con Zonamerica fue bastante exitoso. Es importante participar en eventos de esta dimensión y especializados como parte del desarrollo de oportunidades, pues la presencia de la marca hace que la ciudad sea más reconocida. En los eventos se ve cada vez más la participación comercial de agencias de promoción de inversión y secretarías de desarrollo económico lo cual hace que la recordación sea más efectiva si tenemos mayor presencia.

Actualmente es un momento importante para que las empresas desarrollen servicios compartidos (CSC) en Latinoamérica. Aunque la región ha experimentado cambios sin precedentes, los líderes de negocios globales todavía consideran que Latinoamérica es una región privilegiada para operaciones de centros de servicios y, una vez que la región reanude su crecimiento en los próximos años, también será un territorio clave para futuras inversiones. Esto plantea un reto interesante para los líderes de CSC en Latinoamérica y las ciudades donde el interrogante principal es: ¿cómo se pueden reducir los costos dramáticamente y al mismo tiempo, prepararse para el futuro crecimiento?

Evento SIAL París (Octubre 16-20).



SIAL es una feria bianual que se realiza en París, una de las ferias más importantes y grandes de alimentos en el mundo donde participan empresas de más de 100 países. En esta edición hubo 7,020 expositores de 109 países, siendo los de mayor número de expositores: Francia, Italia, China, España y Turquía. Latinoamérica fue la región invitada este año contando con un número importante de empresas expositoras. Se encontró que Turquía es un país con gran número de empresas de confitería.

Por otra parte, en cuanto a productos de mayor exhibición estos fueron de acuerdo a los organizadores: carnes, productos de confitería, productos lácteos, bebidas y productos congelados. La feria recibió la visita de 155,700 visitantes de los cuales el 70% eran extranjeros (más de 190 países).

Latinoamérica fue la región invitada este año por lo que participaron un gran número de empresas de la región y se identificaron varias empresas de Chile, México, Brasil, Argentina y Perú que podrían tener potencial. Sin embargo, al ser una feria de Europa, la mayor participación de empresas fueron de este continente: Francia, Reino Unido, Italia, España, Alemania fueron algunos de los países con el mayor número de empresas.

Durante la feria se observaron también diferentes tendencias en alimentos, como productos más saludables (una gran variedad de snacks a base de quinoa, frutas tipo snacks), empaques novedosos y pequeños (para consumo individual), etc. A partir de nuestra participación en la feria se logró construir una base de datos de empresas de diferentes países en sectores de interés (confitería, frutas procesadas, bebidas, productos saludables, entre otros). Con la base de datos de empresas se espera realizar algunos contactos directos en 2017 bien sea vía email o conseguir citas con ellos durante las misiones a través de terceros.



Evento Inmersión Singapur (Noviembre 14-18).

Este evento consta de un seminario de cuatro días en Singapur, con el fin de entender más el modelo de desarrollo de ese país. Varias instituciones dieron charlas sobre cómo su entidad juega un papel en el modelo económico nacional de desarrollo y crecimiento. Asistieron representantes de Bancoldex, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, PTP, Comisión Nacional de Competitividad, Colciencias, ProBarranquilla e Invest Pacific.

El objetivo era experimentar de primera mano la estrategia de Singapur en términos de desarrollo económico con su estrategia de clusters. Este seminario está enmarcado dentro de la consultoría que le está haciendo EDIS (Economic Development Innovations Singapore) a Bancoldex y al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para el desarrollo de dos clusters, el petroquímico, orientado principalmente para la costa Caribe, y el biocosmético, orientado al Valle del Cauca. Estas dos cadenas productivas son el objeto del viaje de varios funcionarios de estas instituciones a Singapur.

El evento es una parte de la estrategia que se debe seguir para consolidar los clusters tal como lo hizo Singapur. Ver el caso de ellos es bastante interesante porque muestra cómo desde la

institucionalidad se puede generar el desarrollo económico sin importar que no haya espacio, materias primas o gente suficiente. Se debe continuar participando en esta consultoría desde Invest Pacific con el fin de lograr resultados a mediano plazo. Fue bastante interesante que hubiera un grupo interdisciplinario desde Colombia, ya que de esta forma se puede intentar trazar una política común que impulse el desarrollo de las cadenas productivas a partir de la investigación y el desarrollo.

Evento “Cónclave India” - Guadalajara (Noviembre 28).

Esta fue la séptima edición de este evento, el cual fue organizado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL, la Confederación de la Industria India, el Ministerio de Relaciones Exteriores de la India, la Secretaría de Relaciones Exteriores de México, la Gobernación de Jalisco y la Cámara de Comercio de Guadalajara. El evento tiene como finalidad estrechar lazos entre la región latinoamericana y la India, con el fin de apalancar las relaciones potenciales de negocios entre estas dos regiones. Es un espacio donde llega una gran delegación de empresarios de la India con el fin de aprender más acerca de América Latina y ver posibilidades potenciales de negocios a futuro. México fue el primer país latinoamericano en reconocer la independencia de la India de Gran Bretaña, por lo que guardan una relación especial. La India está muy pendiente del bloque de la Alianza del Pacífico, ya que es uno de los países observadores.



El evento coincidió con una misión que se tenía programada a México, por lo que era fácil asistir. Además era la oportunidad de hacerle seguimiento a la misión que se había realizado a la India ese mismo mes. Era una gran oportunidad de entender la dinámica de las relaciones entre la India y América Latina, con el fin de identificar el enfoque que se debe tener con los empresarios de la India. Era también la oportunidad de hacerle seguimiento a algunas de las empresas visitadas durante la misión, la cual iba a estar presente en el evento. De igual forma, identificar actores claves para fortalecer las relaciones con Colombia.

Fue un evento interesante ya que el mercado de la India tiene un potencial inmenso para la región latinoamericana. El tener ya dos inversiones en el sector de manufacturas es supremamente importante para la región ya que abre las puertas a otras posibles llegadas de empresas en un corto o mediano plazo.

El evento sirvió para obtener información acerca de cómo están viendo los delegados indios el futuro de América Latina y sus posibilidades. Fue también una oportunidad para actualizarse acerca de las tendencias que están buscando en la región y hablar con algunas empresas acerca de sus intereses. India debe ser para el Valle del Cauca uno de los mercados prioritarios para atraer inversión debido a su ubicación la cual le permite ser costo eficiente en términos logísticos, y por su amplio tejido empresarial e industrial el cual es un atractivo para las empresas de ese país.

22° Encuentro de Gerentes de Logística y 2° Supply Chain de la Andi (Cali - 22-23 de septiembre).

La premisa principal de este evento fue que Colombia necesita un sistema logístico y de abastecimiento altamente desarrollado para poder entrar con éxito en las Cadenas Globales de Valor. La producción industrial está llevándose a cabo en diferentes localizaciones geográficas y, con la ampliación de las fronteras a los tratados de libre comercio, las empresas buscan reducir costos y ser competitivas en el mundo globalizado. Sin embargo, el país pierde competitividad al no contar con la infraestructura necesaria para que los procesos de logística se den de manera fluida y con estándares internacionales. Se debe aprovechar la oportunidad que traen los acuerdos comerciales para facilitar el flujo de bienes y servicios.

Es por ello que cobra especial importancia las inversiones que está haciendo el Gobierno colombiano en materia de infraestructura para mejorar la conectividad del país, pero al mismo tiempo son, en el actual estado, el principal obstáculo que Colombia tiene para lograr mejorar su competitividad en el sector logístico y su cadena de valor, dado que el país tiene un rezago importante en sus carreteras, puertos y aeropuertos; sumado a que los procesos, como el aduanero, aún son una traba para el flujo del comercio, pues las mercancías pasan días en el proceso de tránsito de un país a otro.

Sin embargo, en una de las conferencias, el señor Eduardo Bianchi, investigador de relaciones internacionales de FLACSO, sostuvo que América Latina está lejos de poder estar en la cadena de valor mundial, primer paso que debe dar para insertarse adecuadamente. “Las cadenas globales de valor son un nuevo patrón de organización internacional de la producción. La política comercial proteccionista de los países pierde sentido con ellas, puesto que ningún producto es de un solo país”, dijo Bianchi durante su intervención.

Pero no sólo es cuestión de mejorar la infraestructura, hay que invertir en talento humano. Es necesario innovar en la cadena, especializar el recurso humano para que controle el proceso y no dejarlo todo en manos de los robots o de los softwares. Colombia requiere profesionales en logística, en sus diferentes eslabones, con habilidades técnicas e idiomáticas que les permitan atender la demanda en un mundo globalizado.

Este evento sirvió como un llamado de atención al gobierno para que realice más inversiones y al mismo tiempo, mostró un panorama para la inversión con gran potencial dado el atraso que tenemos. En América Latina, Colombia es uno de los países más atrasados y hay muchas cosas por hacer; hoy, la inversión en este sector pasó de 0,8% del PIB a casi el triple (3%) y eso contribuye a mejorar la logística, sector transversal a las industrias y ayuda a mejorar la competitividad del país.



13º Congreso Andino de Contact Centers.

Este evento organizado por la Asociación Colombiana de Contact Centers y BPO se realizó en Bogotá y contó con la asistencia de 1,300 personas, 30 conferencistas y 61 expositores. Según información publicada por la Revista Semana, en el sector servicios, BPO es uno de los más apetecidos en el exterior, especialmente los call centers con 40%, otros con 27%, comercio con 15%, consultorías empresariales con 14%, y servicios agrícolas y mineros con 4%. En ITO, la mayor participación correspondió a los servicios de informática, con 50%, seguido de comunicaciones con 48% y suministro de información con 2%. Por su parte, en KPO el servicio más vendido fuera de las fronteras nacionales fue el de estudios de mercado, con 37% del total del subsector. Luego se ubicaron los servicios técnicos con 24%, los servicios de investigación más desarrollo (I+D) y legales, cada uno con 18%, y finalmente otros con 3%.

“Colombia ofrece, no sólo Bogotá sino al menos ocho o nueve ciudades donde instalar las operaciones. Lo hemos visto en el Eje Cafetero, en ciudades como Pereira; en Bucaramanga, donde crece la instalación de compañías europeas de innovación, investigación y desarrollo; además, Barranquilla –por la fortaleza en inglés– está creciendo; al igual que Cali por su ubicación y Medellín por su liderazgo en innovación”, dice Santiago Pinzón, vicepresidente de transformación digital y director ejecutivo de la Cámara BPO/ITO/KPO de la Andi.

Semana también informa que según un estudio de la oferta y demanda de los servicios tercerizados en Colombia, pagado por Bancoldex y el Programa de Transformación Productiva (PTP), elaborado por la firma Cintel y publicado en octubre de 2015, muestra que el país participa de 2,42% del mercado global, que pesa, según distintos cálculos, USD\$643.000 millones. Mientras en 2009 las ventas sectoriales se ubicaron en \$6,62 billones, en 2013 estas ascendieron a \$15,66 billones. En este periodo de análisis, el crecimiento anual fue de 24%. En 2009, la tercerización en el país facturó \$9,09 billones, en 2011, \$10,58 billones y en 2012, \$13,09 billones.

Hubo mucho interés por parte de algunos participantes de conocer los avances de Zonamérica, del edificio que la Zona Franca de Bogotá está construyendo en el barrio Versalles y del programa GoCali Bilingual City, por ser tres proyectos de gran envergadura que hacen más atractiva la región en temas de servicios.

Inteligencia de Mercados y Apoyo Estratégico.

El área de apoyo estratégico e inteligencia de mercados se encarga de brindarle a los Gerentes de Inversión el apoyo necesario en consecución de información, datos, noticias, estudios, información sobre empresas, entre otros, requeridos para la promoción de la región, tanto del nivel regional como nacional e internacional.

En el 2016 se compraron las licencias de las bases de datos Legiscomex (Base de datos Comercio exterior), BACEX (Base de datos de Comercio Exterior Colombiano) y Human Capital (Base de datos de Comparativos Salariales en Colombia) las cuales fueron fundamentales para responder requerimientos de inversionistas y fortalecer la información presentada a los potenciales inversionistas durante las misiones internacionales.

Se siguió trabajando en fortalecer la base de datos de la diáspora vallecaucana a partir de LinkedIn (Red Profesional) al igual que referidos de embajadas, consulados, empresas nacionales con presencia internacional, multinacionales ubicadas en la región, colegios y universidades del Valle del Cauca. Este fue un insumo importante para el inicio de la iniciativa “Plan de relacionamiento con la diáspora Vallecaucana”.

Eje 2: Posicionar al Valle del Cauca como destino de inversión directa.



Mejoramiento del clima de inversión.

Ayudar a mejorar el clima de inversión de la región es una tarea en la que se enfoca Invest Pacific con el fin de eliminar barreras y generar la llegada de más empresas a la región. Dentro de este trabajo, se hacen gestiones tanto con los gobiernos municipales, como regionales y las embajadas de los países objetivo de atracción de inversión. Así mismo, se promueve el contacto y relacionamiento con las empresas extranjeras instaladas a través de las reuniones de los comités mensuales de inversión extranjera, y especialmente se realiza la gestión para disminuir o eliminar las alertas de viaje a la región por parte de otros países.

Comité de Inversión Extranjera.

Invest Pacific cuenta con un Comité de Inversión Extranjera Directa, que se realiza mensualmente en conjunto con la Cámara de Comercio Colombo Americana - AMCHAM y en el cual se busca reunir a los gerentes de las empresas de capital extranjero instaladas en la región, para presentarles información de diferentes temas específicos que pueda ser del interés de la empresa o que tengan algún tipo de impacto en sus operaciones. El Comité busca, además de generar un espacio de interacción con nuestra agencia, generar un espacio entre los empresarios, para dialogar sobre diferentes aspectos del clima de inversión. En el Comité, también se identifican los obstáculos a la inversión, los cuales son trabajados posteriormente entre Invest Pacific y las entidades responsables.

En el 2016 se realizaron 6 sesiones del Comité de Inversión Extranjera logrando la participación de 60 gerentes de empresas, la mayoría de capital extranjero establecidas en la región. Los siguientes fueron los temas abordados y los ponentes:

1. Principales recomendaciones de la Comisión de Expertos para la Equidad y la Competitividad Tributaria ante el Gobierno Nacional. - 1 de marzo de 2016

Ponente: Óscar Darío Morales - Miembro de la Comisión para la Equidad y Competitividad Tributaria.

2. Propósitos de la Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad de la Gobernación del Valle del Cauca - 29 de marzo de 2016

Ponente: María Leonor Cabal - Gobernación del Valle del Cauca.

3. Propósitos y Prioridades de la actual Administración de la Alcaldía de Santiago de Cali - 26 de abril de 2016

Ponentes: Balance 100 días del actual Gobierno: **Dr. Nicolás Orejuela Botero** - Asesor de Despacho; Plan de Desarrollo para el Municipio de Santiago de Cali: **Dr. León Darío Espinosa** - Director de Planeación / **Dr. Óscar Escobar** - Subsecretario de Desarrollo; Políticas de movilidad: **Coronel Nelson Rincón** - Secretario de Tránsito / **Dr. Carlos González** – Asesor; Proyectos de infraestructura y renovación urbana: **Dr. Juan Carlos Orobio** - Secretario de Infraestructura y Valorización / **Dra. María de las Mercedes Romero** - Gerente de la Empresa de Renovación Urbana (EMRU).

4. Plan y estrategias para fortalecer la seguridad en la ciudad de Cali - 2 de agosto de 2016

Ponente: **Coronel Javier Martín**, Subcomandante de la Policía Metropolitana de Santiago de Cali.

5. Nuevos Estándares en la administración de los negocios sociales en operaciones de comercio exterior - 27 de septiembre de 2016

Ponente: **Dr. Carlos A. Espíndola**, Director de Espíndola International Consultants.

6. Foro Alianza Pacífico: “Un Escenario de oportunidades para los empresarios de Colombia.” - 26 de octubre de 2016

Ponentes: **Alfonso Ocampo Gaviria** - Presidente de la Junta Directiva Comité Intergremial Empresarial; **Dilian Francisca Toro** – Gobernadora Valle del Cauca; **Maurice Armitage** – Alcalde de Santiago de Cali; **Esteban Piedrahíta** – Presidente Cámara de Comercio de Cali; **María Claudia Lacouture** – Ministra de Comercio, Industria y Turismo; **Felipe Jaramillo** – Presidente ProColombia; **Pedro Felipe Carvajal** – Presidente Carvajal Empaques; **Luis Javier de los Ríos** – Gerente Studio F; **Alberto Rubio Martínez** – Presidente Centelsa; **Alejandro Éder** – Director FDI Pacífico; **Alejandro Ossa** – Director Invest Pacific.

Adicionalmente Invest Pacific apoyó la reunión con varios empresarios regionales, organizando con el Comité Intergremial y Empresarial del Valle del Cauca el 26 de agosto una reunión en donde el doctor, Rafael Pardo, Ministro del Posconflicto habló acerca de la “Estrategia del Posconflicto para Colombia”.

Mejora de la percepción internacional sobre la seguridad en la región.

Continuando con la estrategia de mejoramiento de percepción de seguridad de la ciudad, la Agencia visitó las embajadas de Portugal, Austria, Japón y Corea del Sur, con el fin de lograr un acercamiento certero con aquellos encargados en levantar las alertas de viaje de cada país.

De esta manera, se llevaron a cabo reuniones con cada una de las embajadas mencionadas en donde se desarrolló una presentación de la Agencia y del Valle del Cauca, se presentaron las ventajas de la región, los sectores prioritarios para la atracción de inversión extranjera y la información de seguridad de la ciudad suministrada por la Alcaldía de Santiago de Cali. Igualmente, se hizo entrega al equipo de las Embajadas la carta del Alcalde de Santiago de Cali, solicitando la revisión por parte de las respectivas misiones diplomáticas de la alerta de viaje hacia la ciudad-región, e invitando a cada embajador a visitar la ciudad, para presentar los logros recientes de la Administración, entre ellos los relacionados con las mejoras en seguridad.

Por lo anterior, en la primera semana de diciembre, se elaboró una agenda de visita para la Embajadora de Austria en donde se reunió con el Alcalde de Santiago de Cali, la Gobernadora del Valle del Cauca y conoció de primera mano la situación actual de la ciudad y los avances de la misma en términos de seguridad y desarrollo económico.

Las embajadas de Japón y Portugal también respondieron de manera positiva con la estrategia. El primero manifestó su interés a través de una carta al Alcalde de Santiago de Cali en donde expresó que es buen momento para reconsiderar las alertas de viaje hacia la región en el caso que observe una tendencia favorable en las cifras de seguridad.



Cali Región sede de la Cumbre de la Alianza Pacífico 2017.

Dentro de las principales actividades hechas durante el 2016, de cara a posicionar mejor la región, Invest Pacific hizo parte del grupo que gestionó ante el Gobierno Nacional la adjudicación de la sede para la realización de la

XII Cumbre de Presidentes y Empresarios de de la Alianza del Pacífico.

La XII Cumbre Presidencial y Empresarial, se realizará la semana del 26 de Junio de 2017, en Valle del Pacífico, Centro de Eventos.

Promoción incentivos tributarios municipios.

Se apoyó al municipio de Palmira en la gestión de incentivos tributarios, logrando exenciones del ICA y el impuesto predial por diez años para nuevas empresas que se instalen en este municipio.

Estrategia de Comunicación de Invest Pacific.

La estrategia de comunicación de la Agencia tiene dos objetivos fundamentales. El primero, es visibilizar al Valle del Cauca como la región más estratégica de Colombia sobre la cuenca del Pacífico, ante inversionistas potenciales. El segundo, busca fortalecer la reputación de Invest Pacific como la agencia de promoción de inversión más eficiente por el carácter y resultados de su labor.

Para ello, la estrategia de comunicación trabajó desde tres áreas: gestión de la comunicación ante los medios masivos y las relaciones públicas, gestión de la comunicación en medios digitales y participación en eventos de impacto regional y nacional.

Como resultados del 2016 en cuanto a la gestión hecha ante los medios masivos, se relaciona la aparición de Invest Pacific en 37 publicaciones en medios locales y nacionales en los cuales se habló acerca de los resultados de la Agencia, de la labor de reducción de las alertas de viaje contra Cali y las expectativas de crecimiento de la inversión extranjera para el Valle del Cauca, presentándose un incremento del 47% respecto al año anterior.

Algunas de estas publicaciones fueron hechas en Noti5, 90 Minutos, Caracol Radio, RCN Radio, Blu Radio, Revista Semana, Revista La Nota Económica, Portafolio, El Espectador, La República, El País y El Tiempo, entre otros medios radiales y televisivos. Así mismo, se logró la publicación de dos artículos en la Revista Acción de la Cámara de Comercio de Cali.

En cuanto a los medios digitales, se presenta un incremento del 47% en el número de seguidores

en Facebook y del 59% en Twitter. La red social principal del año fue Twitter, con un total de 2,357 seguidores (1,485 durante el año 2015). Como red secundaria estuvo Facebook, con un total de 1,555 seguidores (1,058 del año 2015). El canal de YouTube tuvo un total de 5,324 visualizaciones durante el 2016.

En cuanto a publicaciones propias, se realizó el envío de 3 newsletters, se elaboraron 13 boletines de prensa para dar cuenta de los resultados de la agencia, se actualizaron los materiales impresos de 3 sectores de promoción de Inversión (insertos). Se desarrollaron 74 nuevas piezas digitales entre las cuales se encuentran las “fichas sectoriales” (nuevos documentos digitales para apoyar la labor de promoción de inversión), las plantillas de las comunicaciones de la diáspora, las piezas para las presentaciones de la Agencia y para los informes de gestión enviados a los aportantes.

Se puso al aire la versión en inglés del portal web de Invest Pacific. El portal web tuvo un total de 4,635 visitas durante el año, especialmente de Reino Unido, Estados Unidos, Rusia, China, Japón, Alemania, Holanda, Canadá y España, entre otros países, además de las visitas hechas desde diferentes lugares de Colombia.



Invest Pacific, el cazainversiones lider en regiones

En los primeros 5 años de operación, el organismo acompañó negocios por 542 millones de dólares.

Por: ECONOMÍA Y NEGOCIOS | 10:35 | pág. 1 | 18 de Julio de 2016



Eje 3: Fortalecer las relaciones con los actores que inciden en la inversión.

CREATEAR

Para la Agencia es fundamental propender por el buen relacionamiento con todos los actores de los sectores público y privado, que de cierta manera inciden en el clima de inversión de la región. Por tal motivo, a lo largo de 2016 se tuvieron 159 reuniones con alcaldes, ministerios, embajadas, cámaras binacionales, universidades, cámaras de comercio, líderes gremiales y otros actores claves con los cuales se abordaron diversos temas relacionados con el desarrollo de la región.

Se acompañó la visita del Embajador de China a Cali, Palmira y Buenaventura, las misiones diplomáticas de los delegados comerciales de Corea, China, India, Japón, Estados Unidos, Francia, Portugal, Austria, Reino Unido y Nueva Zelanda; así como se hizo el acompañamiento a las visitas de los representantes de las agencias de cooperación de Corea, Kotra y Koica, de Japón, Jetro y Jaica, y de Estados Unidos, USAID.

Así mismo, se desarrollaron actividades de carácter académico con las universidades Autónoma, Valle, ICESI y Javeriana, para impulsar los centros de estudio de Asia-Pacífico y Alianza del Pacífico.

Los eventos también fueron un espacio fundamental para fortalecer el relacionamiento con actores claves, potenciales inversionistas y entidades de gobierno, así como para contar los logros y el trabajo que realiza la agencia. De los eventos organizados directamente por Invest Pacific, se obtuvieron ingresos adicionales por 84 millones de pesos. Dichos eventos se desarrollaron en el marco de la pasada Asamblea General (Foro El Valle mira Asia las oportunidades del Pacífico) y durante la semana de la innovación (Divergente).

Adicionalmente, Invest Pacific participó en varios foros como panelista (Foro Unión Europea, Foro Semana sobre la DIAN, Foro World Trade Center Alianza del Pacífico para Colombia, Foro Semana sobre Régimen Aduanero: ¿Instrumento de Confianza para Impulsar el Crecimiento?, Encuentro de Infraestructura en Buenaventura y el Foro Alianza del Pacífico, un escenario de oportunidades para los empresarios de Colombia), y en foros nacionales como coorganizador (Gran Cumbre del Valle, con foros Semana, en Bogotá).

El Valle mira Asia las oportunidades del Pacífico.

Invest Pacific realizó el foro “El Valle mira ASIA las oportunidades del Pacífico” en el que participaron representantes de China, Corea, India, y Japón, además de la Cancillería de Colombia y del Centro de Pensamiento sobre Asia Pacífico. El eje central de este evento giró en torno a cómo sacarle el mejor provecho a las ventajas económicas y comerciales que ofrece Asia Pacífico para el Valle del Cauca, y hacer



un llamado a cambiar la mentalidad de los empresarios frente a esa región del mundo para así poder ampliar sus negocios hacia esa zona.

La existencia de una buena oportunidad comercial con los países de Asia Pacífico y un gran potencial para el sector de alimentos del Valle, de manera especial en el frutícola, es una de las conclusiones que se desprendió de las diferentes intervenciones de los panelistas en el foro. Al evento asistieron destacados empresarios de la región, representantes de los gobiernos departamentales y locales, líderes gremiales, inversionistas, el sector académico y medios de comunicación.

Foro Divergente, Encuentro de Creatividad e Innovación para el Crecimiento Empresarial.



Invest Pacific, la Alcaldía de Santiago de Cali y la Cámara de Comercio de Cali desarrollaron este Foro cuyo objetivo era ayudar a posicionar a Cali y a la región como un destino de gente creativa, habilidad que impulsa el crecimiento del tejido empresarial local y que es, al mismo tiempo, un determinante para atraer mayor cantidad de proyectos de inversión extranjera directa.

El foro contó con la participación de tres expositores internacionales, quienes presentaron estrategias para expandir las fronteras de la creatividad de cara a potenciar la innovación por fuera de los parámetros y/o estándares estructurados por los cuales hoy día se están moviendo las empresas.

Adicionalmente a las exposiciones magistrales, se realizaron dos paneles en donde participaron ocho empresarios de la región, quienes compartieron sus experiencias de creatividad e innovación y cómo estos conceptos fueron los que impulsaron el éxito de sus compañías o proyectos, permitiéndoles crecer de manera extraordinaria.

Diáspora Vallecaucana.

Invest Pacific busca a través de la diáspora vallecaucana (vallecaucanos que residen en el exterior) desarrollar una verdadera red que le aporte a la estrategia de promoción de la región como destino para la llegada de inversión extranjera, convirtiendo a esos contactos en “embajadores de buena voluntad”. Además del envío de información vía correo electrónico, la estrategia de la diáspora contempla realizar encuentros físicos aprovechando las misiones internacionales que realizan los gerentes de inversión.



Actualmente, se han identificado y seleccionado a través de LinkedIn, referidos de Embajadas, Consulados, Cámaras Binacionales, Empresas nacionales con presencia internacional, entre otros, 302 potenciales vallecaucanos residentes en diferentes países. De estas personas identificadas, 107 están interesadas en conocer y trabajar por esta iniciativa, haciéndola crecer en un 324%, con respecto al año anterior.

Adicionalmente, durante las misiones internacionales se realizaron encuentros en Lima (Perú), Santiago (Chile), Nueva York (EE.UU.), Sao Paulo (Brasil), París (Francia), Miami (EE.UU.) y Ciudad de México (México), donde asistieron 53 vallecaucanos. En dichos encuentros se hizo entrega de la información actualizada de la ciudad con los aspectos más importantes de la economía, las ventajas competitivas, las oportunidades de inversión y los sucesos positivos que están pasando, con el objetivo de que estas personas se conviertan en multiplicadores y promotores de la región.

Otros eventos claves para la promoción de la región.



ProColombia Investment meeting

El evento contó con la participación de 32 fondos de inversión y 89 empresarios de 27 países. Se analizaron las perspectivas económicas y sectoriales en Colombia, así como las tendencias y proyectos de inversión que marcarían la pauta en 2016. Adicionalmente se desarrolló una rueda de negocios con 128 potenciales socios colombianos, Agencias de promoción de inversión regionales (APRIS), representantes de zonas francas y asociaciones industriales, entre otros. En este evento de inversión, Invest Pacific tuvo reuniones uno a uno con ocho empresas: cinco relacionadas

con el sector de manufacturas, dos de agro y una del sector servicios, las cuales generaron oportunidades directas de inversión. Las oportunidades están relacionadas con el sector Metalmecánico y Automotriz, Manufacturas (lubricantes), sector Agro, fondo de inversión para proyectos agrícolas y Tecnología de la Información, TI.

Invest Pacific visita las Embajadas

Invest Pacific se reunió con agregados comerciales de las embajadas de China, Corea, Japón, EE.UU, Francia, Portugal, Reino Unido, Nueva Zelanda y Austria, empresarios y promotores comerciales de los países de Asia como China, Corea y Japón. El propósito principal era establecer relaciones comerciales, posicionar la región y abrir las puertas para nuevas oportunidades aprovechando la cooperación que existe entre los países.

Adicionalmente, Invest Pacific se reunió con Sun Hung, Kwon, director general de Kotra organización coreana, similar a ProColombia, para establecer lazos y conocer los intereses de los inversionistas extranjeros, los sectores y empresas que puedan estar interesadas en invertir en Colombia y de manera particular en la región.

Foro “Oportunidades comerciales y de inversión entre el Pacífico colombiano y la Unión europea, socios para el desarrollo integral agrícola”.

Este evento liderado por la Gobernación del Valle, la delegación de la Unión Europea y el Ministerio de Agricultura con el apoyo de Invest Pacific, ProColombia y la SAG contó con la presencia del Comisario de Agricultura y Desarrollo Rural de la Unión Europea (UE), Phil Hogan. Para el Comisario Hogan, Colombia tiene un gran potencial si hay estabilidad y paz. Expuso que “La agricultura en medio de la crisis ha sido una oportunidad para la recuperación total” y señaló de manera particular al Valle del Cauca como un territorio muy fértil con mucho potencial. Se hizo un llamado al aprovechamiento del acuerdo comercial con la Unión Europea. Adicionalmente delegados de diversas organizaciones productoras agrícolas de países como Holanda, Italia y España, les dijeron a los líderes y empresarios de la región pacífica colombiana que en Europa tienen un gran potencial los productos orgánicos, por lo que los invitó a unirse para cultivar alimentos amigables con el medio ambiente, más saludables y mediante un sistema auto sostenible.



Gran Cumbre Regional del Valle del Cauca “Un Valle de Oportunidades”.

Este encuentro empresarial se realizó en Bogotá para dar a conocer por qué el Valle del Cauca es una de las regiones con mayor crecimiento y competitividad del país y es la llamada a propiciar la integración comercial con la Cuenca del Pacífico. El evento fue liderado por la Gobernación del Valle del Cauca, la Alcaldía de Santiago de Cali y la Cámara de Comercio de Cali, y realizado por la revista Semana, contando con la participación del Comité Intergremial y Empresarial del Valle del Cauca, Invest Pacific y empresarios



de diversos sectores. La agenda se desarrolló en dos paneles empresariales. El primero, llamado “Un Valle a la Conquista”, resaltó la diversidad y excelencia del tejido empresarial de la región, y el segundo, “Un Valle sin distancias”, que mostró que empresas nacionales e internacionales continúan teniendo al Valle como una opción competitiva para desarrollar y expandir sus empresas. Los asistentes resaltaron el buen desempeño económico del departamento y su potencial para ser líder en el crecimiento económico del país y oportunidades para la inversión.



XI Cumbre Empresarial de la Alianza del Pacífico (Puerto Varas, Chile).

Invest Pacific participó en la XI Cumbre de la Alianza del Pacífico en Puerto Varas (Chile), en la que participaron la Presidenta de Chile, Michelle Bachelet, y los Presidentes de Colombia, Juan Manuel Santos; México, Enrique Peña Nieto y Perú, Ollanta Humala, quienes estuvieron acompañados por el Presidente electo del Perú, Pedro Pablo Kuczynski, por los Ministros de Relaciones Exteriores y Comercio Exterior, así como por altos representantes gubernamentales de los cuatro países.

La delegación vallecaucana estuvo liderada por Invest Pacific y contó con la participación de varios empresarios vallecaucanos, entre los cuales estaba Carlos Andrés Pérez, director económico y de planeación de la Cámara de Comercio de Cali, Guillermo López, presidente de Compunet, Marco Casasfranco de Colombina, Juan José Gómez de Gluky, Alfonso Otoya de la GEV, Felipe Jaramillo, Presidente de ProColombia, y Jorge Gutiérrez, director de la oficina de ProColombia en Chile. El evento concluyó con la firma de la Declaración de Puerto Varas por los cuatro Presidentes, con lo cual la

Presidencia Pro Tempore que ejerció durante un año Perú, pasó oficialmente a manos de Chile. Para el próximo año Chile pasará la Presidencia Pro Tempore a Colombia, siendo Cali la sede de la Cumbre de la Alianza del Pacífico en Junio de 2017.

Presentación de la región y de CAEB a la Universidad de la provincia de Guangdong.

A partir de la invitación de la Universidad Javeriana, se desarrolló una presentación del Valle del Cauca como destino de inversión para empresas Chinas. La Universidad de Guangdong ha sido encomendada por el gobierno chino, para realizar los estudios técnicos que apoyen la iniciativa de los gobiernos de Colombia y China, y desarrollar un plan maestro del Complejo de Actividades Económicas de Buenaventura.

Agenda de trabajo con la misión de la Asociación China de Zonas Económicas Especiales.



La Asociación China de Zonas Económicas Especiales (ZEE) ha sido la encargada por parte del gobierno chino de liderar el gran macroproyecto gobierno a gobierno para intervenir una zona de 1,800 hectáreas en Buenaventura, para la conformación de una ciudadela del futuro, con vocaciones logísticas, industriales y de servicios, con la cual también se impacte positivamente la calidad de vida en la ciudad de Buenaventura, llamada CAEB (Centro Actividades Económicas de Buenaventura). Se llevaron a cabo reuniones con líderes municipales, empresariales y gremiales tanto de Buenaventura como del Valle y de Cali, en aras de ir adelantando los planes de estructuración, desarrollo e implementación del CAEB.

Eje 4: Garantizar la sostenibilidad de la Agencia.



En 2016 la Agencia logró recursos por un total de \$1.938.594 millones, gracias en gran medida a los convenios firmados con la Alcaldía de Santiago de Cali y la Gobernación del Valle del Cauca, en los cuales se tuvo como objetivo promocionar a la región como plataforma para la llegada de inversión directa nacional y extranjera. También, gracias al apoyo por parte de los 32 aportantes del sector privado, en donde se destaca el aporte económico y apoyo estratégico de la Cámara de Comercio de Cali.

La ejecución de gastos durante 2016 se totalizó en \$1.286.094 millones y como resultado del ejercicio del año se logró un saldo a favor de \$652 millones.





Invest Pacific

Agencia de Promoción de Inversión
en el Pacífico Colombiano



@investpacific



investpacific



investpacificagency



investpacific

www.investpacific.org