



CEIPA

Powered by **Arizona State University**[®]

Boletín OIER

Observatorio de Internacionalización Empresarial y Regional.

Separata especial: Análisis de la Internacionalización territorial en los Planes de Desarrollo de Antioquia.

Subregión: Valle de Aburrá

Aportando a la toma de decisiones para la expansión global de las empresas y las regiones.

**Observatorio de Internacionalización Empresarial y Regional
Administración de Negocios Internacionales
CEIPA powered by Arizona State University**

Comité Editorial

Juan Camilo Mesa Bedoya PhD.

Editor y Co-director línea de internacionalización regional.

Daniel Bonilla Calle PhD.

Director OIER.

Ana María Gómez Trujillo PhD.

Co-directora línea de internacionalización empresarial.

ISSN: 3028-3167 (En línea) | Separata Especial | Agosto de 2024 |

Institución Universitaria CEIPA | Fondo Editorial CEIPA

Calle 77 Sur No. 40 – 165 Sabaneta, Antioquia – Teléfono (604) 305 6100

Carrera 57 No 72 – 143. – Barrio El Prado, Barranquilla, Atlántico – Teléfono (605) 311 1050

Visítanos en: ceipa.edu.co/observatorio/

Escríbenos a: OIER@ceipa.edu.co

Contenido

Presentación	pág. 2
Informe 1: Análisis de Metas de Internacionalización en el Plan de Desarrollo de la Gobernación de Antioquia	Pág. 4
Informe 2: Análisis de Metas de Internacionalización en los Planes de Desarrollo de los Municipios del Valle de Aburrá	pág. 6

Presentación

A continuación, se presentan dos informes clave que exploran las metas de internacionalización del Departamento de Antioquia y la subregión del Valle de Aburrá, enmarcadas dentro de los planes de desarrollo.

Ambos informes se centran en la evaluación de las dimensiones organizacionales, relacionales y de posicionamiento del departamento, destacando los avances y áreas de oportunidad en la integración de Antioquia al contexto global. Se analizan aspectos como la existencia de estructuras administrativas dedicadas a la internacionalización, la gestión del comercio exterior, y la participación en iniciativas de marketing de ciudad.

Ambos informes proporcionan una visión integral del esfuerzo del departamento y la subregión del Valle de Aburrá para posicionarse como actores relevantes en el escenario internacional, abordando tanto la estructura organizativa necesaria como las acciones estratégicas para alcanzar los objetivos planteados.

Además, esta primera separata especial incluye el **Índice de Internacionalización Territorial**, desarrollado por Juan Camilo Mesa Bedoya (2020), una herramienta metodológica que permite evaluar el grado de internacionalización de los territorios de manera integral. Este índice se fundamenta en un análisis exhaustivo de diversas dimensiones que reflejan el nivel de apertura y conectividad global de una región. Entre estas dimensiones, se destacan la política pública, el contexto territorial, los métodos de relacionamiento internacional, la estructura administrativa y las estrategias de posicionamiento internacional, a través de indicadores clave y presentes en los planes de desarrollo de los territorios.

- **Política Pública:** Evalúa la existencia de planes de desarrollo que integren la internacionalización como un eje estratégico, lo cual refleja el compromiso gubernamental con la apertura global.
- **Contexto Territorial:** Considera factores específicos del territorio, como su localización (fronterizo

o no) y categoría administrativa (municipio, ciudad), que pueden influir en su potencial para la internacionalización.

- **Métodos de relacionamiento:** Mide la vocación del territorio para la participación en hermanamientos, cooperación internacional, inversión extranjera, y convenios subnacionales, además de su membresía en asociaciones internacionales, lo que indica la capacidad del territorio para establecer y mantener vínculos sólidos en el escenario global.
- **Estructura Administrativa:** Analiza la existencia de organismos dedicados a la vinculación exterior y la gestión internacional, así como la asignación de presupuesto específico para estas actividades, lo cual es esencial para la operatividad de las estrategias de internacionalización.
- **Estrategias de posicionamiento:** Incluye programas de promoción de la internacionalización, la participación en ferias comerciales, la creación y gestión de una marca ciudad, y la organización de eventos internacionales. Estos elementos son fundamentales para proyectar la identidad y el atractivo del territorio en el extranjero.

El **Índice de Internacionalización Territorial** clasifica el nivel de internacionalización de un territorio en cinco categorías, proporcionando una medida clara y comparativa de su grado de apertura global:

- **Muy Alta:** indicando un territorio fuertemente integrado en la comunidad internacional.
- **Alta:** reflejando un alto grado de internacionalización con oportunidades de mejora.
- **Media:** sugiriendo una internacionalización moderada con necesidad de fortalecer ciertos aspectos.
- **Baja:** señalando un bajo nivel de internacionalización y una considerable necesidad de intervención.

- **Nula:** 0%, donde el territorio carece de actividades o estrategias significativas de internacionalización.

Este índice ofrece una herramienta valiosa para identificar las fortalezas y debilidades en la internacionalización de los territorios, permitiendo a los responsables de políticas públicas diseñar estrategias más efectivas para mejorar su conectividad global y competitividad en el mercado internacional.

Esta es la primera separata especial que aborda la temática del departamento de Antioquia y el Valle de Aburrá. En esta publicación se presentan los avances y las metas clave en internacionalización, desarrollo económico, y competitividad. Posteriormente, se publicarán informes específicos que cubrirán las otras subregiones de Antioquia, continuando con el análisis integral del departamento

Equipo OIER.

Internacionalización Regional

Informe 1:

Análisis de Metas de Internacionalización en el Plan de Desarrollo de la Gobernación de Antioquia

Por: Juan Camilo Mesa Bedoya y Daniel Bonilla-Calle

Este informe preliminar tiene como objetivo presentar un análisis detallado de las metas de internacionalización establecidas en el plan de desarrollo de la Gobernación de Antioquia. Se presenta como una contribución del Observatorio de Internacionalización Empresarial y Regional (OIER) para identificar oportunidades y desafíos para fortalecer la integración, la cooperación internacional de la región y las estrategias declaradas de atracción de IED.

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo El departamento de Antioquia cuenta con un plan de desarrollo que proporciona una estructura fundamental para la gobernanza y la planificación estratégica. Este plan establece metas específicas para la internacionalización del departamento, anclado a una estrategia de desarrollo económico

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

Antioquia: Es un departamento fronterizo por la vía marítima, además su categorización es como Especial¹, esto genera amplias posibilidades dado el marco normativo favorable por su capacidad en términos económicos y su ubicación estratégica.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento

El relacionamiento internacional de los territorios tiene que ver con las acciones de su gestión internacional y con el compromiso con institucionalizar sus relaciones con

otros actores de diversa índole. Estos instrumentos se dividen en dos ámbitos principales: bilateral y multilateral.

Relaciones Bilaterales: Incluyen cualquier tipo de relación establecida entre el actor subnacional y sus pares o instituciones internacionales. Este plano analiza los vínculos que permiten el intercambio de experiencias relativas a cuestiones de la realidad local, la búsqueda de soluciones a problemas comunes y la valorización de los diversos patrimonios culturales.

Hermanamientos, Cooperación Internacional e Inversión Extranjera: El plan de desarrollo del departamento no concibe este tipo de estrategias. La visión de la Cooperación Internacional solo como fuente de financiación, pero no contempla una estrategia clara para captar recursos por esta vía. No obstante, si contempla una iniciativa latente para la realización de eventos de promoción del territorio para la atracción de inversionistas extranjeros al departamento.

Relaciones Multilaterales: Estas relaciones se conforman a través de redes y organizaciones de ciudades, permitiendo una inserción más dinámica en la paradiplomacia de los actores subnacionales y ampliando sus posibilidades de intercambio de información y experiencias.

Convenios y Visitas Oficiales: No se contemplan en el plan de desarrollo

Membresía en Asociaciones Internacionales: No se contempla en el plan de desarrollo

1.3.2. Estructura organizacional

El análisis de la dimensión organizacional se centra en dos indicadores principales: la existencia de un órgano de vinculación exterior y la asignación de un presupuesto para la gestión internacional.

Existencia de Órgano de Vinculación Exterior

La gobernación cuenta con un órgano de vinculación exterior, dentro de la secretaría de desarrollo económico, denominada “Unidad de Internacionalización y nuevos mercados” lo que indica cuenta con una entidad específica para gestionar relaciones internacionales, posibilitando sus capacidades de internacionalización.

Presupuesto para la Gestión Internacional

La gobernación ha asignado un presupuesto de 1.852 miles de millones de pesos para el periodo 2024 a 2027, mostrando un compromiso financiero, pero no suficiente con la internacionalización. El presupuesto de Medellín, por ejemplo, en este rubro, es 10 veces mayor.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

El posicionamiento internacional de los territorios implica un proceso en el que se aplican herramientas de carácter unilateral para promocionarse y posicionarse en el exterior. Estas estrategias, desarrolladas por los actores subnacionales, son cruciales para aumentar la visibilidad y atraer inversiones, turismo, proyectos y colaboraciones internacionales.

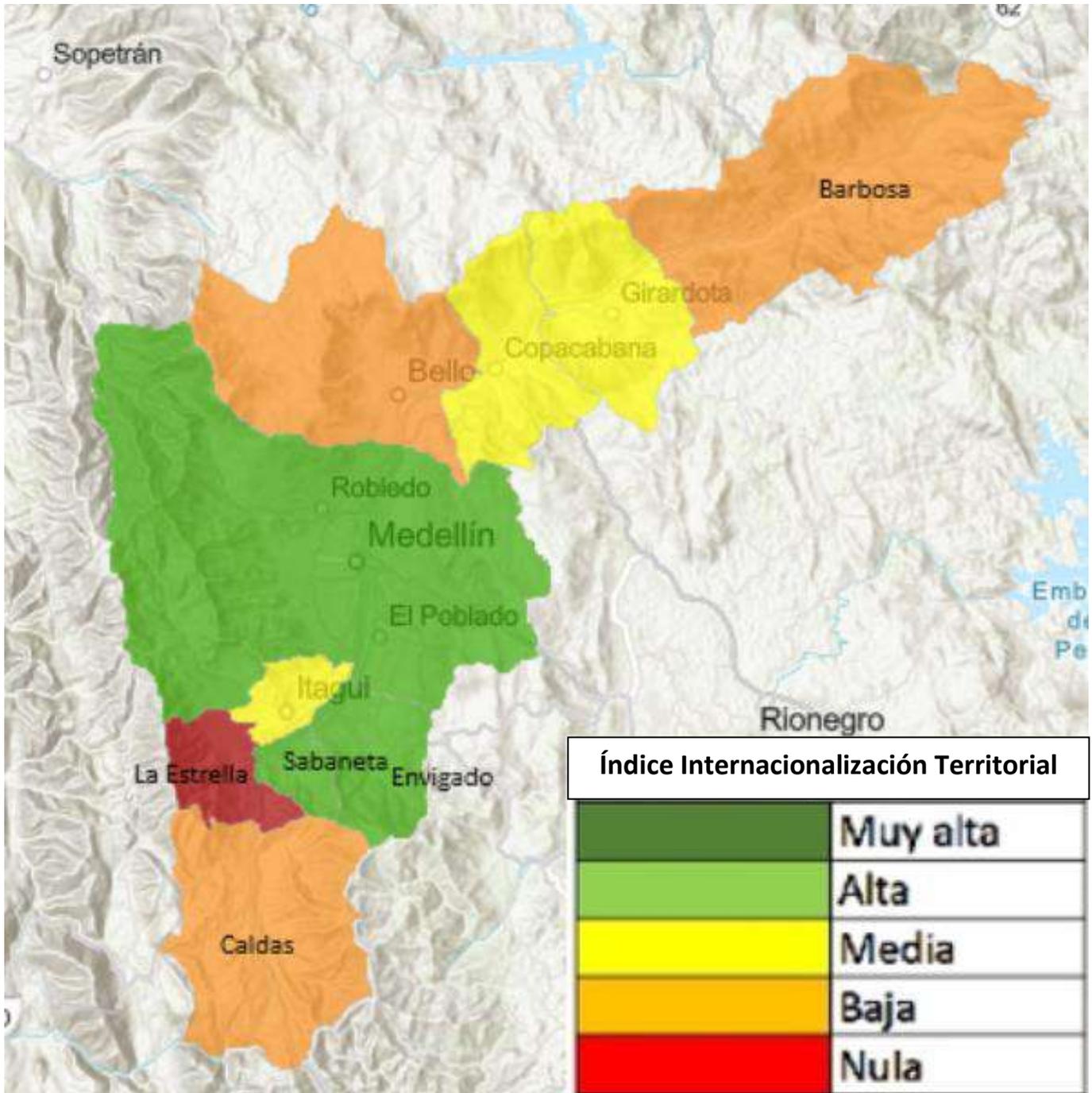
La promoción activa implica destacar los atributos y ventajas competitivas del territorio en el exterior, a través de la participación en eventos y ferias internacionales, la promoción de la marca ciudad, la difusión de información estratégica y la generación de alianzas estratégicas con actores internacionales relevantes.

Programas de Promoción de Internacionalización: El plan concibe el desarrollo de estrategias de acompañamiento para el fomento exportador.

Ferias Comerciales y Marca Ciudad: No se conciben dentro del plan de desarrollo.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales: Establece metas para realizar eventos de promoción y marketing, cruciales para la visibilidad global y el networking, ligados a la iniciativa de atracción de inversionistas.

Índice de Internacionalización Territorial del Valle de Aburrá



Internacionalización Regional

Informe 2:

Análisis de Metas de Internacionalización en los Planes de Desarrollo de los Municipios del Valle de Aburrá

Por: Juan Camilo Mesa Bedoya y Daniel Bonilla-Calle

Este informe preliminar tiene como objetivo presentar un análisis detallado de las metas de internacionalización establecidas en los planes de desarrollo de los municipios de la subregión “Valle de Aburrá”. Se presenta como una contribución del Observatorio de Internacionalización Empresarial y Regional (OIER) para identificar oportunidades y desafíos para fortalecer la integración, la cooperación internacional de la región y las estrategias declaradas de atracción de IED.

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo Todos los municipios del Valle de Aburrá cuentan con un plan de desarrollo que proporciona una estructura fundamental para la gobernanza y la planificación estratégica. Estos planes establecen metas específicas para la internacionalización y la cooperación internacional, reflejando un compromiso con el desarrollo sostenible y la competitividad global.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Municipio

- **Medellín:** Como municipio de primera categoría, lidera en términos de infraestructura y capacidad administrativa, facilitando la implementación de metas de internacionalización.
- **Bello, Envigado y Sabaneta:** También se encuentran en categorías superiores, lo que les permite contar con mayores recursos y capacidades para sus objetivos de internacionalización.

- **Otros municipios:** Aunque no tienen una localización fronteriza destacada, incluyen metas de internacionalización en sus planes de desarrollo.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento

El relacionamiento internacional de los territorios tiene que ver con las acciones de su gestión internacional y con el compromiso con institucionalizar sus relaciones con otros actores de diversa índole. Estos instrumentos se dividen en dos ámbitos principales: bilateral y multilateral.

Relaciones Bilaterales: Incluyen cualquier tipo de relación establecida entre el actor subnacional y sus pares o instituciones internacionales. Este plano analiza los vínculos que permiten el intercambio de experiencias relativas a cuestiones de la realidad local, la búsqueda de soluciones a problemas comunes y la valorización de los diversos patrimonios culturales.

Hermanamientos, Cooperación Internacional e Inversión Extranjera:

- **Medellín:** Establece metas claras para fortalecer su cooperación internacional a través de programas y acuerdos.
- **Envigado, Itagüí y Sabaneta:** Incluyen metas para mejorar su cooperación internacional, aunque en menor medida que Medellín.
- **Medellín, Girardota, Envigado y Sabaneta:** Han marcado una proyección clara hacia la atracción de inversión extranjera a sus territorios.

Relaciones Multilaterales: Estas relaciones se conforman a través de redes y organizaciones de ciudades, permitiendo una inserción más dinámica en la paradiplomacia de los actores subnacionales y ampliando sus posibilidades de intercambio de información y experiencias.

Convenios y Visitas Oficiales:

- **Medellín, Girardota y Sabaneta:** Tienen metas para mantener y expandir convenios con otros actores subnacionales.

- **Itagüí:** También destaca en sus metas para aumentar las visitas oficiales y relaciones internacionales.

Membresía en Asociaciones Internacionales:

- **Ninguno de los municipios:** Ningún municipio identifica la membresía en asociaciones internacionales como una meta clave para fortalecer su integración y cooperación regional e internacional.

1.3.2. Estructura organizacional

El análisis de la dimensión organizacional se centra en dos indicadores principales: la existencia de un órgano de vinculación exterior y la asignación de un presupuesto para la gestión internacional.

Existencia de Órgano de Vinculación Exterior

Solo tres municipios (Medellín, Copacabana y Sabaneta) tienen un órgano de vinculación exterior, lo que indica que la mayoría carece de una entidad específica para gestionar relaciones internacionales, limitando sus capacidades de internacionalización.

Presupuesto para la Gestión Internacional

Siete municipios (Medellín, Barbosa, Bello, Copacabana, Caldas, Envigado y Sabaneta) han asignado presupuesto para la gestión internacional, mostrando un compromiso financiero con la internacionalización. Sin embargo, la falta de estructura administrativa dedicada puede reducir la efectividad de estos recursos.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

El posicionamiento internacional de los territorios implica un proceso en el que se aplican herramientas de carácter unilateral para promocionarse y posicionarse en el exterior. Estas estrategias, desarrolladas por los actores subnacionales, son cruciales para aumentar la visibilidad y atraer inversiones, turismo, proyectos y colaboraciones internacionales.

La promoción activa implica destacar los atributos y ventajas competitivas del territorio en el exterior, a través de

la participación en eventos y ferias internacionales, la promoción de la marca ciudad, la difusión de información estratégica y la generación de alianzas estratégicas con actores internacionales relevantes.

Programas de Promoción de Internacionalización:

- **Medellín, Copacabana, Girardota, Envigado y Sabaneta:** Tienen metas para promover la internacionalización de sus economías locales, reflejando un enfoque proactivo hacia el comercio exterior.

Ferias Comerciales y Marca Ciudad:

- **Medellín y Envigado:** Tienen metas para organizar ferias comerciales y desarrollar estrategias de marca ciudad, importantes para la promoción de productos y servicios locales a nivel internacional.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales:

- **Medellín y Envigado:** Establecen metas para realizar eventos internacionales, cruciales para la visibilidad global y el networking.
- **Ninguno de los municipios:** Ninguno de los municipios concibe metas para recibir premios internacionales, con el objetivo de incrementar el reconocimiento y prestigio global.

Análisis Específico de Medellín

Programa: Internacionalización para el Desarrollo del Distrito

Presupuesto: \$14.532 millones de pesos.

Objetivo: Internacionalizar Medellín y su Área Metropolitana mediante alianzas para financiación internacional, atracción de inversión extranjera directa, diplomacia del Distrito, posicionamiento del territorio e intercambio de conocimiento.

Metas: Establecer alianzas estratégicas con entidades financieras multilaterales y organismos internacionales, atraer inversión nacional y extranjera directa, y posicionar a Medellín como destino para la cooperación internacional.

Iniciativas Clave:

Centro Intégrate: Proveer servicios de integración y apoyo a migrantes y colombianos retornados del exterior.

Eventos: Captación de eventos para generación de turismo (meta de 300 eventos en 2023).

Programa: Acceso a Mercados

Presupuesto: \$4.636 millones de pesos.

Objetivo: Impulsar espacios de comercialización para empresarios vinculados a los programas de la Secretaría de Desarrollo Económico.

Metas: Promover la comercialización de productos y servicios de emprendedores mediante estrategias de comunicación, capacitación, promoción, mercadeo y apoyo logístico.

Análisis Específico de Otros Municipios

Caldas: Aunque el Plan de Desarrollo tiene como uno de los ejes la cooperación internacional, no se evidencia una estrategia clara para alcanzarla, más allá de anuncios aislados.

Envigado: Declara que trabajará por la internacionalización de su territorio con algunas estrategias, destacando en el turismo y contando con una marca de ciudad.

Itagüí: Hace referencia a la vinculación internacional del territorio para potenciar sus empresas, pero no hay estrategias explícitas.

La Estrella: No se encuentra información relevante en el tema de internacionalización en su Plan de Desarrollo. Se menciona una consulta externa y alguna inversión mínima sin estar incluida en la política pública.

Sabaneta: Cuenta con un enfoque declarado hacia la internacionalización en su Plan de Desarrollo, además de acciones concretas que validan esta intención.

Girardota: Menciona la internacionalización en la sección económica de su Plan de Desarrollo, pero no desarrolla acciones concretas.

Copacabana: El plan establece claramente la intención de vincularse al contexto internacional, especialmente a través del turismo y la creación de una oficina de cooperación.

Bello: No se evidencia una estrategia clara ni menciones relevantes sobre la internacionalización del municipio. Desde la Secretaría de Desarrollo Económico están trabajando en iniciativas preliminares.

Barbosa: No menciona aspectos relevantes sobre internacionalización, salvo algunos puntos relacionados con turismo y desarrollo deportivo.

Recomendaciones

Fortalecer la Cooperación Regional: Fortalecer la red de cooperación entre los municipios del Valle de Aburrá para compartir buenas prácticas y recursos, fomentando un enfoque integrado hacia la internacionalización.

Desarrollo de Estrategias Concretas: Municipios como **Caldas, Itagüí, La Estrella, Bello y Barbosa** deben desarrollar estrategias claras y detalladas para la internacionalización, alineadas con sus planes de desarrollo.

Promoción del Turismo y la Marca de Ciudad: **Envigado** y **Copacabana** pueden beneficiarse significativamente de un enfoque estratégico en el turismo y la marca de ciudad, promoviendo sus características únicas a nivel internacional.

Medellín, con su liderazgo y experiencia, puede servir como modelo y mentor para otros municipios, impulsando la internacionalización del Valle de Aburrá en su conjunto y mejorando la competitividad y el desarrollo sostenible de la región.

Boletín OIER

Observatorio de Internacionalización Empresarial y Regional.



CEIPA

Powered by **Arizona State University**[®]