

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 Departamentales.

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.

Manuela Zuleta Gómez.

Asistente de investigación.

ISSN: 3028-3167 (En línea) | Separata Especial | Noviembre 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/

Esríbenos a: OIER@ceipa.edu.co

Contenido

Presentación	pág. 4
Índice de Internacionalización Territorial Departamentos Colombia	Pág. 6
Índice Internacionalización Territorial Región Amazonía (6 informes)	Pág. 8
Índice Internacionalización Territorial Región Andina (11 informes)	pág. 17
Índice de Internacionalización Territorial Región Caribe (8 informes)	pág. 32
Índice de Internacionalización Territorial Región Orinoquía (4 informes)	pág. 43
Índice de Internacionalización Territorial Región Pacífica (4 informes)	pág. 48

Presentación

En esta edición del boletín, compartimos un análisis exhaustivo sobre la internacionalización territorial de los 32 departamentos de Colombia y el Distrito Capital, organizado por regiones: Amazonía, Andina, Caribe, Orinoquía y Pacífica. Este informe, desarrollado por el Observatorio de Internacionalización Empresarial y Regional (OIER), destaca los esfuerzos, avances y desafíos que cada región enfrenta para integrarse en el escenario global.

A través de iniciativas de cooperación internacional, atracción de inversión y posicionamiento de marca, cada departamento busca fortalecer su competitividad y su acceso a mercados internacionales, adaptándose a las particularidades y oportunidades que ofrece su territorio. Acompáñanos a explorar cómo las distintas regiones de Colombia están avanzando hacia una mayor visibilidad y presencia internacional, con el objetivo de impulsar un desarrollo sostenible y diversificado en sus economías locales.

Para obtener un análisis más detallado y explorar los datos completos de este estudio, te invitamos a visitar el **Data Center de Internacionalización Territorial del OIER** en el siguiente enlace: [Data Center OIER](#).

Además, esta 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:

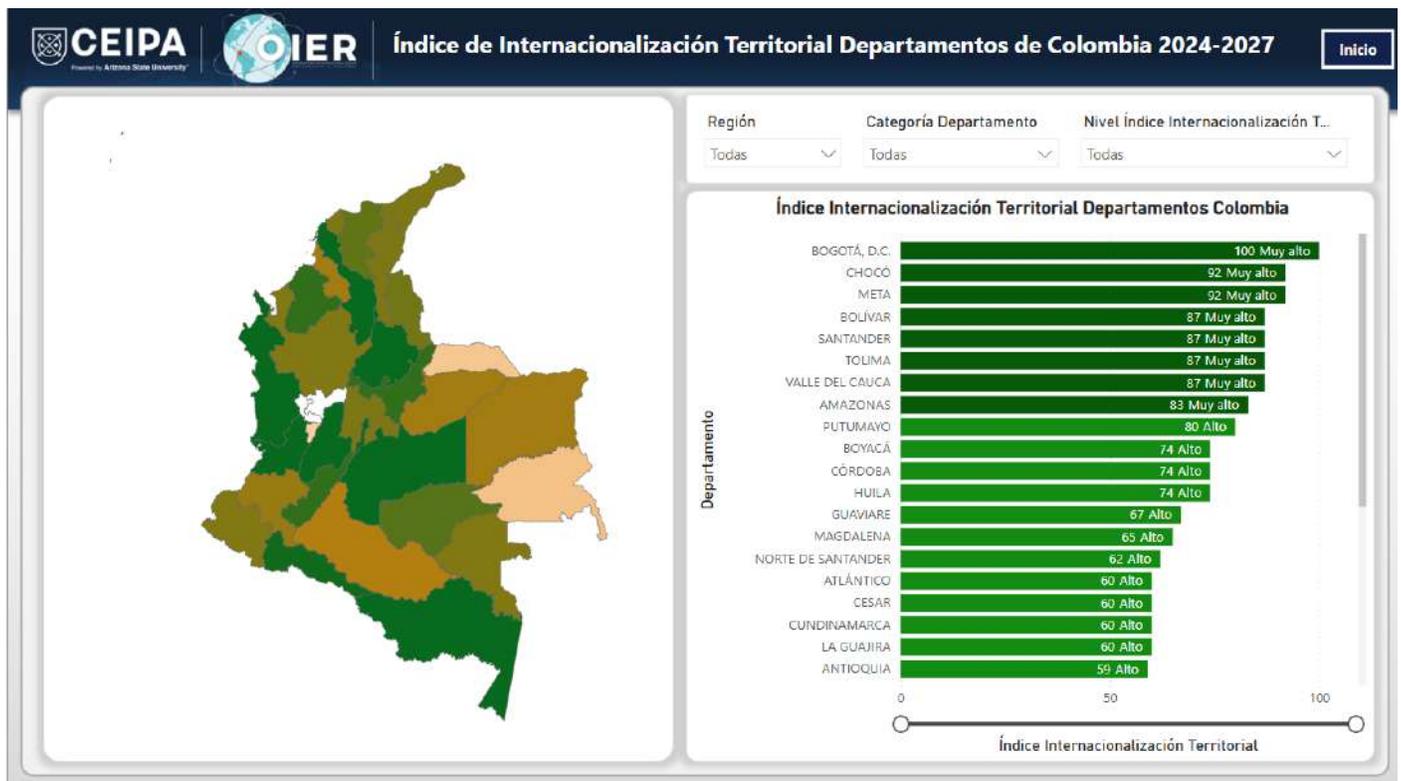
- **Muy Alta:** indicando un territorio fuertemente integrado en la comunidad internacional.
- **Alta:** reflejando un alto grado de internacionalización con oportunidades de mejora.
- **Media:** sugiriendo una internacionalización moderada con necesidad de fortalecer ciertos aspectos.

- **Baja:** señalando un bajo nivel de internacionalización y una considerable necesidad de intervención.
- **Nula:** 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.

Equipo OIER.

Índice de Internacionalización Territorial Departamentos Colombia



Estado de la Internacionalización Territorial a nivel departamental en Colombia

Los departamentos de Colombia presentan niveles variados de internacionalización, reflejando diferencias en sus estrategias, recursos, capacidades y oportunidades para posicionarse en la arena internacional. De manera general, Bogotá, el departamento de Chocó y Meta lideran el índice de internacionalización territorial, alcanzando los niveles más altos debido a sus políticas robustas, estrategias de posicionamiento bien definidas y un fuerte enfoque en la atracción de inversión extranjera y cooperación internacional. En contraste, departamentos como Guainía, Vaupés y Vichada muestran menores niveles de internacionalización, lo que puede deberse a limitaciones en infraestructura, recursos o su lejanía de los principales centros de comercio y diplomacia.

Departamentos Mejor Posicionados

Bogotá D.C. (100 puntos - Muy alto): La capital del país se destaca notablemente, con un puntaje perfecto en el índice de internacionalización territorial. Bogotá ha logrado fortalecer su posicionamiento internacional gracias a la implementación de políticas públicas enfocadas en la atracción de inversión extranjera, cooperación internacional en múltiples sectores, y programas de intercambio cultural y académico. Este enfoque integral hace de Bogotá un modelo en términos de internacionalización.

Chocó (92 puntos - Muy alto): Chocó figura como uno de los departamentos con mayor puntaje en el índice. Esto es un claro reflejo de la estrategia liderada por la jefatura de gabinete departamental, con un enfoque estratégico en la cooperación internacional para el desarrollo sostenible, especialmente en aspectos como

la biodiversidad y la inclusión social. Chocó ha aprovechado alianzas estratégicas para posicionarse en el escenario internacional, lo que le ha permitido captar recursos y asistencia técnica en áreas claves.

Meta (92 puntos - Muy alto): Meta se ha consolidado como una región de gran atractivo para la inversión extranjera y la cooperación internacional, especialmente en sectores como el turismo y la agroindustria. El departamento ha trabajado en el desarrollo de su marca territorial y en la promoción de sus fortalezas naturales y culturales, atrayendo tanto a inversionistas como a visitantes internacionales.

Otros Departamentos Destacados

Bolívar, Santander, Tolima y Valle del Cauca: Estos departamentos han implementado políticas de internacionalización sólidas, basadas en la cooperación y atracción de inversiones. Bolívar y Valle del Cauca, por ejemplo, han potenciado su acceso a mercados internacionales y el turismo cultural, mientras que Santander ha puesto especial énfasis en la movilidad académica y el desarrollo de su marca territorial.

Amazonas (83 puntos - Alto): Amazonas ha enfocado su estrategia de internacionalización en la cooperación para la conservación ambiental y la sostenibilidad. Las alianzas internacionales para la protección de la Amazonía le han permitido captar importantes recursos y apoyo en la lucha contra el cambio climático.

Putumayo (80 puntos - Alto): Putumayo ha promovido iniciativas de cooperación transfronteriza, en especial con países como Perú y Ecuador, para desarrollar proyectos de impacto regional. El hermanamiento de ciudades y la promoción de ferias binacionales han contribuido a mejorar su perfil internacional.

Departamentos con Potencial de Mejora

Cundinamarca, Antioquia, La Guajira: Estos departamentos muestran un desempeño medio-alto, con estrategias de internacionalización que incluyen la promoción de turismo y productos locales en mercados internacionales, aunque con espacio para consolidar sus estructuras administrativas de internacionalización.

Guainía, Vaupés, Vichada: Estos departamentos están en los niveles más bajos del índice. Esto se debe a la falta de infraestructura y programas específicos de internacionalización, además de los retos logísticos por su ubicación geográfica. Sin embargo, estos departamentos han identificado el potencial de captar cooperación internacional para promover el desarrollo sostenible y la inclusión social, lo que podría mejorar su índice en el futuro.

Análisis por Regiones

Amazonia: Se observa un fuerte enfoque en la cooperación ambiental y la preservación de los recursos naturales. Departamentos como Amazonas y Caquetá han implementado estrategias para captar fondos destinados a la sostenibilidad y la protección de la biodiversidad, aprovechando su riqueza natural.

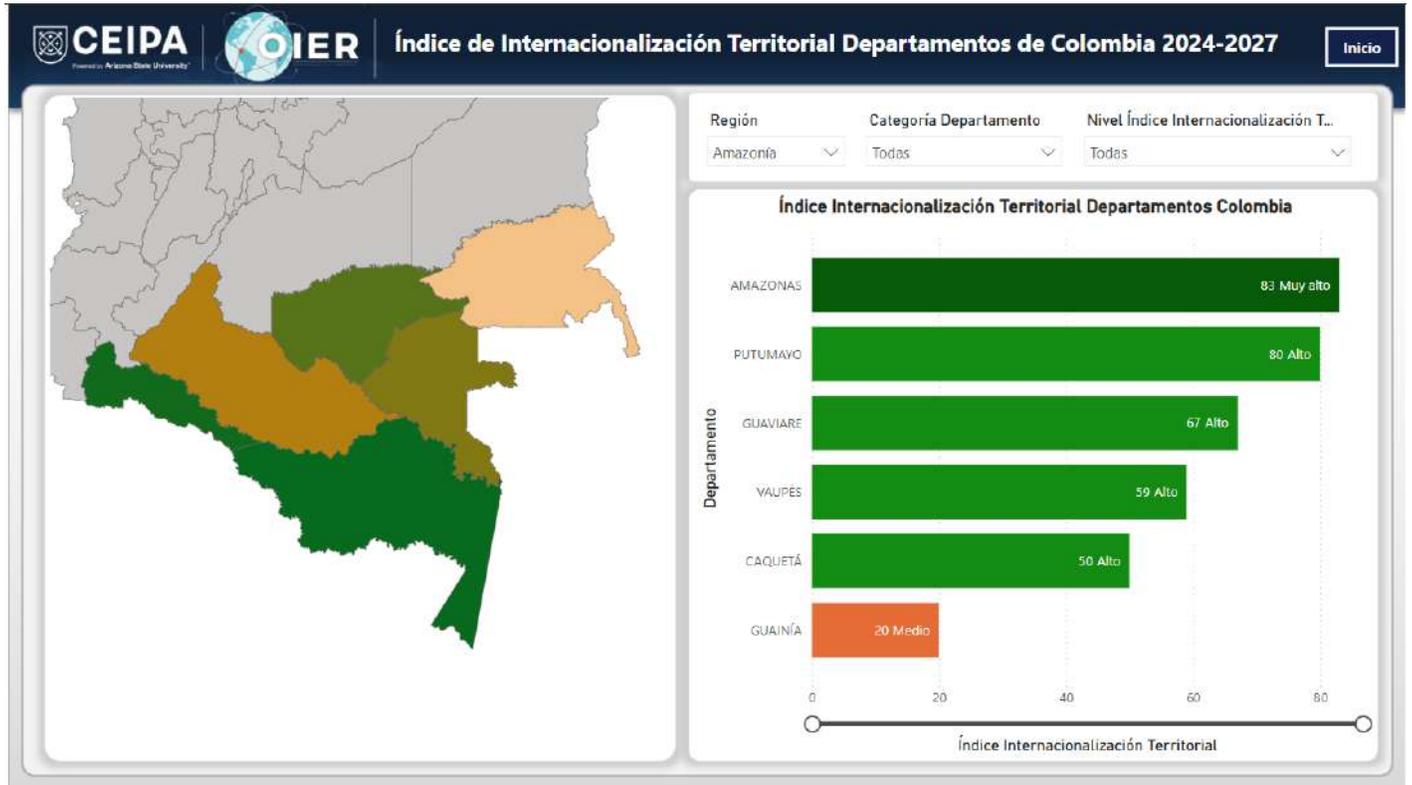
Andina: Esta región, que incluye a Bogotá y departamentos como Cundinamarca y Boyacá, tiene un enfoque diversificado que abarca turismo, comercio, y movilidad académica. La presencia de centros urbanos y económicos fuertes ha facilitado la atracción de inversión extranjera y la implementación de estrategias de internacionalización sólidas.

Caribe: Departamentos como Bolívar y Atlántico se han posicionado como líderes en turismo internacional y cooperación cultural. Estos departamentos han sabido aprovechar su ubicación estratégica y su oferta cultural para atraer a inversionistas y turistas, contribuyendo a su alta puntuación en el índice.

Orinoquía: En esta región, Meta destaca con una estrategia de internacionalización enfocada en el desarrollo de su marca territorial y la atracción de inversiones en agroindustria y ecoturismo. La región en general muestra una gran capacidad para crecer en este aspecto.

Pacífica: Además de Chocó, departamentos como Valle del Cauca se destacan por su enfoque en la cooperación internacional para proyectos de triple impacto, que incluyen sostenibilidad ambiental, desarrollo social y crecimiento económico. La región ha buscado promover la inversión extranjera, especialmente en sectores sostenibles.

Índice de Internacionalización Territorial Región Amazonía



Informe 1:

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

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo

El departamento de Amazonas cuenta con un plan de desarrollo que incluye la promoción de la integración y cooperación en la región de la triple frontera entre Brasil, Colombia y Perú. Dentro de sus metas, se destaca la intención de consolidar redes de cooperación en ciencia, tecnología e innovación entre los actores del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCTeI) de Brasil y Perú, buscando apoyo de aliados estratégicos internacionales.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

Amazonas es un departamento con una ubicación estratégica en la triple frontera, lo que le permite establecer relaciones transfronterizas con Brasil y Perú. Esta ubicación facilita el intercambio cultural y la cooperación internacional, siendo un factor clave para su desarrollo en términos de internacionalización.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento

El relacionamiento internacional de Amazonas incluye tanto relaciones bilaterales como multilaterales, con un fuerte enfoque en la cooperación transfronteriza y cultural.

Relaciones Bilaterales:

- **Hermanamientos:** Amazonas plantea acuerdos de hermanamiento con pares de la región para fortalecer los lazos culturales y de cooperación en la triple frontera.
- **Cooperación Internacional:** El departamento busca activamente cooperación internacional, particularmente en las áreas de ciencia, tecnología e innovación, con el objetivo de consolidar alianzas estratégicas con actores en Brasil y Perú.
- **Inversión Extranjera:** Amazonas ha identificado la necesidad de financiación de aliados estratégicos internacionales para avanzar en sus metas de desarrollo.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** Amazonas participa en redes de cooperación a nivel regional, buscando consolidar su participación en organizaciones y asociaciones internacionales para fortalecer sus capacidades de innovación y cooperación científica.

1.3.2. Estructura Organizacional

Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior

El departamento de Amazonas avanza en la creación de una Mesa de Internacionalización dentro de la Comisión Regional de Competitividad, lo cual fortalecerá su estructura organizativa y su capacidad para gestionar relaciones internacionales.

Presupuesto para la Gestión Internacional

Actualmente, el departamento no tiene un presupuesto específico asignado para la gestión internacional, lo cual puede limitar el alcance y la efectividad de sus iniciativas en este ámbito.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: Amazonas incluye en su plan de desarrollo programas de promoción que buscan posicionar al departamento como un lugar de integración cultural y científica en la región de la Amazonía.

Ferias Comerciales y Marca Ciudad: El departamento realiza el Festival Internacional de Música Popular Amazonense "El Pirarucú de Oro", un evento que promueve la unión de la triple frontera y fortalece la identidad cultural de la región.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales:

Amazonas destaca en la realización de eventos de importancia internacional, aunque actualmente no se mencionan premios internacionales en su plan.

Conclusiones

El departamento de Amazonas tiene un enfoque de internacionalización orientado a fortalecer su posición en la región de la triple frontera. Sus principales logros incluyen la realización de eventos culturales que fomentan la integración regional y la cooperación en ciencia y tecnología con Brasil y Perú. Sin embargo, la falta de presupuesto específico para la gestión internacional podría ser una limitación para el desarrollo de proyectos a largo plazo.

Recomendaciones:

1. **Fortalecer las Capacidades Institucionales:** La consolidación de la Mesa de Internacionalización en la Comisión Regional de Competitividad es un paso positivo y debería ser una prioridad para facilitar la cooperación.
2. **Asignar Presupuesto Adecuado:** Considerar la asignación de un presupuesto específico para iniciativas de internacionalización.
3. **Fomentar Alianzas Estratégicas:** Continuar buscando alianzas estratégicas en ciencia y tecnología con instituciones de Brasil y Perú.
4. **Visibilidad y Marca Regional:** Expandir eventos internacionales como el Festival "El Pirarucú de Oro" para atraer más turismo e inversión extranjera.

Informe 2:**Análisis de Metas de Internacionalización en el Plan de Desarrollo de la Gobernación de Putumayo****1. Dimensiones de Internacionalización Territorial****1.1. Dimensión de Política Pública****Plan de Desarrollo**

Putumayo ha formulado un plan de desarrollo que incluye un enfoque de internacionalización mediante alianzas y convenios estratégicos. Su meta es promover la cooperación regional y el desarrollo turístico a través de asociaciones con países vecinos.

1.2. Dimensión Contextual**Localización y Categoría del Departamento**

Putumayo es un departamento fronterizo con Perú y Ecuador, lo cual facilita su participación en proyectos de cooperación transfronteriza. Su ubicación y conexión fluvial brindan oportunidades únicas para fortalecer el comercio y el turismo en la región amazónica.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial**1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento****Relaciones Bilaterales:**

- **Hermanamientos:** Putumayo ha establecido un proyecto de convenio de hermanamiento denominado "El Río Nos Une" con Perú y Ecuador en el municipio de Puerto Leguízamo, avalado por la Gobernación del Departamento. Este convenio fomenta el intercambio cultural y económico a través de los lazos fluviales compartidos.
- **Cooperación Internacional:** El departamento promueve activamente la cooperación internacional en colaboración con sus vecinos, enfocándose en proyectos turísticos y de desarrollo económico.
- **Inversión Extranjera:** Putumayo busca atraer inversión en sectores clave como el turismo y el comercio, apoyado en su conectividad transfronteriza.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** Putumayo participa en redes y asociaciones regionales que apoyan la cooperación y el desarrollo fronterizo, particularmente en el sector turístico.

1.3.2. Estructura Organizacional**Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior**

El departamento cuenta con un órgano administrativo encargado de la vinculación exterior y las relaciones internacionales, lo cual facilita la gestión de sus alianzas y la organización de eventos internacionales.

Presupuesto para la Gestión Internacional

Putumayo ha asignado un presupuesto para la gestión de actividades de internacionalización, asegurando los recursos necesarios para llevar a cabo sus proyectos de cooperación y promoción de inversión.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: Putumayo implementa programas de promoción para fomentar la integración turística y comercial con Perú y Ecuador, destacando su potencial como destino turístico transfronterizo.

Ferias Comerciales y Marca Ciudad:

- **Ferias Comerciales:** El departamento organiza ferias y eventos turísticos con la participación de países vecinos, promoviendo el intercambio cultural y comercial en la región amazónica.
- **Marca Ciudad:** Aunque Putumayo no cuenta con una marca ciudad específica, su enfoque en eventos regionales fortalece su identidad territorial en el contexto internacional.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales: Putumayo organiza eventos internacionales en colaboración con sus vecinos de Perú y Ecuador, pero no se mencionan premios internacionales en su plan de desarrollo.

Conclusiones

El departamento de Putumayo ha establecido una estrategia de internacionalización sólida que se basa en su

ubicación fronteriza y su conectividad fluvial. Su convenio de hermanamiento "El Río Nos Une" con Perú y Ecuador refleja su compromiso con la cooperación regional y el desarrollo turístico. La asignación de presupuesto y la organización de eventos internacionales fortalecen su proyección en el ámbito internacional.

Recomendaciones:

1. **Fortalecer la Identidad Territorial:** Crear una marca que destaque a Putumayo como un destino turístico y cultural único en la región amazónica.
2. **Ampliar la Participación en Redes Internacionales:** Buscar asociaciones adicionales que promuevan la cooperación fronteriza y el intercambio cultural en la región.
3. **Consolidar Programas de Comercio Exterior:** Desarrollar programas de comercio que aprovechen las oportunidades transfronterizas y atraigan inversión en sectores estratégicos.
4. **Incrementar la Oferta de Eventos Internacionales:** Expandir la organización de eventos y ferias transfronterizas para aumentar el atractivo de Putumayo como destino de turismo ecológico y de aventura.

Informe 3:

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

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo

Guaviare ha formulado una Estrategia Departamental de Cooperación Internacional (EDCI) con un horizonte de 10 años, establecida a través del Decreto 368 de 2021. Este marco normativo incluye la creación del Consejo Departamental de Cooperación Internacional, lo que evidencia el compromiso del departamento con la cooperación a largo plazo.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

Ubicado en la región amazónica, Guaviare tiene una posición estratégica en términos de biodiversidad y conservación ambiental. Aunque enfrenta desafíos de conectividad, su entorno natural lo convierte en un candidato ideal para proyectos de sostenibilidad y cooperación internacional en conservación y ecoturismo.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento

Relaciones Bilaterales:

- **Hermanamientos:** No se identifican hermanamientos específicos en el plan de desarrollo de Guaviare.
- **Cooperación Internacional:** Guaviare busca fortalecer la cooperación internacional mediante la implementación de su Estrategia Departamental de Cooperación Internacional (EDCI), enfocándose en proyectos de desarrollo y sostenibilidad.
- **Inversión Extranjera:** El departamento está abierto a la inversión extranjera, especialmente en áreas de desarrollo territorial y proyectos ambientales.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** Guaviare participa en redes internacionales que promueven la cooperación, lo cual le permite conectarse con iniciativas de conservación y desarrollo sostenible.

1.3.2. Estructura Organizacional

Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior

Guaviare ha establecido el Consejo Departamental de Cooperación Internacional, un órgano clave que facilita la coordinación de la cooperación internacional y la implementación de la EDCI.

Presupuesto para la Gestión Internacional

El departamento ha asignado un presupuesto para la gestión de su estrategia de cooperación internacional,

asegurando recursos para la ejecución de proyectos en línea con la EDCI.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: Aunque Guaviare no cuenta con programas específicos de promoción de comercio exterior, su estrategia de cooperación está orientada hacia proyectos de conservación y sostenibilidad.

Ferias Comerciales y Marca Ciudad:

- **Ferias Comerciales:** No se identifican ferias comerciales específicas en el plan de desarrollo del departamento.
- **Marca Ciudad:** Guaviare ha trabajado en desarrollar una identidad territorial, aunque no se menciona una marca ciudad formal para su proyección internacional.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales: El departamento no organiza eventos internacionales destacados en su territorio ni se mencionan premios internacionales como parte de sus metas en el plan de desarrollo.

Conclusiones

Guaviare ha avanzado en su proceso de internacionalización mediante la creación del Consejo Departamental de Cooperación Internacional y la formulación de una estrategia a largo plazo. Su enfoque en la cooperación internacional y sostenibilidad ambiental fortalece su capacidad de atraer inversión y apoyo en proyectos de conservación. No obstante, la falta de programas de promoción y de una marca territorial limita su proyección en el ámbito comercial.

Recomendaciones:

1. **Ampliar los Programas de Promoción Internacional:** Desarrollar programas que permitan a Guaviare promocionar sus recursos y productos en mercados internacionales.

2. **Fortalecer la Marca Territorial:** Crear una marca para el departamento que resalte su biodiversidad y potencial en ecoturismo.
3. **Incrementar la Participación en Redes Internacionales:** Buscar membresías adicionales en redes internacionales para mejorar el intercambio de conocimientos y recursos.
4. **Explorar la Organización de Eventos Internacionales:** Organizar o participar en eventos internacionales que promuevan la sostenibilidad y conservación, áreas clave para Guaviare.

Informe 4:

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

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo

Vaupés ha establecido un plan de desarrollo enfocado en la cooperación internacional, especialmente para impulsar proyectos de desarrollo sostenible que respeten la biodiversidad y las necesidades de las comunidades locales.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

El departamento de Vaupés, ubicado en la Amazonía colombiana, posee una gran biodiversidad y una posición geográfica que favorece el desarrollo de proyectos sostenibles. Sin embargo, enfrenta desafíos debido a su lejanía y limitadas conexiones con centros urbanos y mercados internacionales.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento

Relaciones Bilaterales:

- **Hermanamientos:** No se registran hermanamientos específicos en el plan de desarrollo.
- **Cooperación Internacional:** Vaupés promueve la cooperación internacional para proyectos de desarrollo sostenible, buscando atraer recursos y conocimientos técnicos para la preservación de su entorno natural.
- **Inversión Extranjera:** El departamento trabaja para atraer inversión extranjera en áreas de sostenibilidad, aunque enfrenta retos debido a su bajo perfil internacional.
- **Convenios con otros actores subnacionales:** No se especifican convenios con actores subnacionales en el plan.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** Actualmente, Vaupés no tiene membresía activa en asociaciones internacionales, lo cual limita su acceso a redes y oportunidades de colaboración global.

1.3.2. Estructura Organizacional

Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior

El departamento cuenta con un órgano de vinculación exterior, que gestiona sus relaciones internacionales y facilita la implementación de proyectos de cooperación.

Presupuesto para la Gestión Internacional

Vaupés ha asignado un presupuesto para actividades de gestión internacional, lo que permite fomentar iniciativas de desarrollo sostenible y fortalecer su cooperación global.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: Vaupés ha implementado programas de promoción para atraer cooperación e inversión en proyectos que promuevan el desarrollo sostenible y la conservación ambiental.

Ferias Comerciales y Marca Ciudad:

- **Ferias Comerciales:** No se menciona la participación en ferias comerciales, lo cual limita su visibilidad en el ámbito comercial.
- **Marca Ciudad:** Vaupés cuenta con una identidad de marca orientada a la sostenibilidad, aunque se encuentra en una fase inicial de desarrollo de su identidad en el ámbito internacional.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales: El departamento no organiza eventos internacionales y carece de premios internacionales, lo que refleja la necesidad de ampliar su presencia y visibilidad en el escenario global.

Conclusiones

El departamento de Vaupés ha comenzado a promover la cooperación internacional con un enfoque en sostenibilidad y desarrollo local. Sin embargo, la falta de visibilidad y conectividad representa un desafío importante para su internacionalización. El fortalecimiento de su estructura organizacional y la creación de alianzas estratégicas pueden potenciar su capacidad para implementar proyectos de desarrollo sostenible y atraer inversión.

Recomendaciones:

1. **Desarrollar Alianzas y Hermanamientos Internacionales:** Explorar alianzas con otras regiones que compartan objetivos de sostenibilidad para fortalecer la cooperación y el intercambio de conocimientos.
2. **Ampliar la Identidad de Marca Territorial:** Definir una marca territorial que resalte el valor de Vaupés en términos de biodiversidad y cultura indígena.
3. **Promover la Participación en Redes Internacionales:** Iniciar esfuerzos para unirse a redes internacionales de sostenibilidad que brinden visibilidad y oportunidades de financiación.
4. **Fortalecer la Promoción de Proyectos de Sostenibilidad:** Ampliar la promoción de iniciativas de sostenibilidad en ferias internacionales y foros, destacando la biodiversidad de Vaupés y su compromiso con la conservación ambiental.

Informe 5:**Análisis de Metas de Internacionalización en el Plan de Desarrollo de la Gobernación de Caquetá****1. Dimensiones de Internacionalización Territorial****1.1. Dimensión de Política Pública****Plan de Desarrollo**

El departamento de Caquetá cuenta con un plan de desarrollo que tiene como objetivo principal fomentar la conexión con mercados internacionales y promover la cooperación internacional. Este enfoque busca potenciar el desarrollo del territorio en áreas clave como el turismo y la agroindustria.

1.2. Dimensión Contextual**Localización y Categoría del Departamento**

Caquetá no es un departamento fronterizo, pero su ubicación en la región amazónica le otorga un rol significativo en términos de biodiversidad y potencial agroindustrial. Estas características lo convierten en un candidato atractivo para la cooperación internacional, especialmente en proyectos de sostenibilidad y conservación ambiental.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial**1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento****Relaciones Bilaterales:**

- **Hermanamientos:** No se identifican hermanamientos específicos en el plan de desarrollo de Caquetá.
- **Cooperación Internacional:** El departamento fomenta la cooperación internacional para el desarrollo del territorio, con un enfoque especial en el turismo y la agroindustria.
- **Inversión Extranjera:** Caquetá promueve la atracción de inversión extranjera, buscando capital extranjero que apoye sus sectores económicos estratégicos.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** Actualmente, el departamento no participa en asociaciones internacionales o redes de regiones.

1.3.2. Estructura Organizacional**Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior**

Caquetá cuenta con un órgano de vinculación exterior que facilita la gestión de relaciones internacionales y contribuye a la implementación de su plan de internacionalización en áreas clave.

Presupuesto para la Gestión Internacional

El departamento de Caquetá no dispone de un presupuesto específico para la gestión internacional, lo que podría limitar el alcance de sus proyectos de cooperación e inversión extranjera.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: Caquetá ha implementado programas de promoción para apoyar la conexión de sus productos y servicios con mercados internacionales.

Ferias Comerciales y Marca Ciudad:

- **Ferias Comerciales:** No se identifican ferias comerciales internacionales en el plan de desarrollo del departamento.
- **Marca Ciudad:** Caquetá no cuenta con una marca ciudad específica para el posicionamiento de su imagen en el ámbito internacional.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales: El departamento participa en la celebración de días internacionales y organiza eventos que promueven la visibilidad de sus sectores de turismo y agroindustria a nivel global. Sin embargo, no se mencionan premios internacionales como objetivo en el plan.

Conclusiones

El departamento de Caquetá ha demostrado un interés en la internacionalización, especialmente en sectores como el turismo y la agroindustria. Su plan de desarrollo

refleja un enfoque hacia la conexión con mercados internacionales y el fomento de la cooperación internacional. Sin embargo, la falta de presupuesto para la gestión internacional y la ausencia de una marca ciudad limitan su potencial de posicionamiento global.

Recomendaciones:

1. **Asignar un Presupuesto para la Gestión Internacional:** Establecer recursos específicos para fortalecer las iniciativas de cooperación e internacionalización.
2. **Desarrollar una Marca Territorial:** Crear una marca para el departamento que promueva sus fortalezas en biodiversidad, turismo y agroindustria.
3. **Expandir la Cooperación Internacional:** Ampliar las alianzas estratégicas en áreas de conservación y sostenibilidad para aprovechar su riqueza natural.
4. **Organizar Eventos Internacionales de Mayor Escala:** Incrementar la realización de eventos internacionales para atraer inversión y fortalecer la imagen del departamento.

Informe 6:

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

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo

El departamento de Guainía presenta un plan de desarrollo con objetivos relacionados con la canalización de inversiones internacionales, enfocados en la mitigación de los efectos del cambio climático en el territorio. Sin embargo, enfrenta desafíos significativos en términos de acceso y participación en mercados internacionales.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

Guainía, ubicado en la región amazónica y con características de frontera, enfrenta limitaciones en infraestructura y conectividad que dificultan su inserción en dinámicas comerciales globales. Sin embargo, su biodiversidad y ecosistemas lo posicionan como un territorio con potencial para proyectos de sostenibilidad y conservación.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento

Relaciones Bilaterales:

- **Hermanamientos:** No se identifican hermanamientos específicos en el plan de desarrollo de Guainía.
- **Cooperación Internacional:** Guainía busca establecer cooperación internacional para obtener apoyo en proyectos ambientales y en la mitigación de los efectos del cambio climático.
- **Inversión Extranjera:** El departamento tiene interés en atraer inversión extranjera para proyectos de sostenibilidad ambiental y desarrollo territorial.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** Actualmente, Guainía no es miembro de asociaciones internacionales o redes de regiones.

1.3.2. Estructura Organizacional

Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior

Guainía carece de una estructura administrativa dedicada a la gestión de relaciones internacionales, lo que limita su capacidad para coordinar y canalizar cooperación y proyectos de inversión.

Presupuesto para la Gestión Internacional

El departamento no cuenta con un presupuesto asignado para la gestión de actividades de internacionalización, lo que dificulta la implementación de iniciativas de proyección global.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: Actualmente, Guainía no cuenta con programas específicos para la promoción de sus recursos o productos en el mercado internacional.

Ferias Comerciales y Marca Ciudad:

- **Ferias Comerciales:** No se identifican ferias o exposiciones con enfoque internacional en el plan de desarrollo del departamento.
- **Marca Ciudad:** Guainía no tiene una marca ciudad o identidad territorial que apoye su proyección en el ámbito internacional.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales: El departamento no organiza ni participa en eventos internacionales de relevancia en su territorio. Tampoco se mencionan premios internacionales como objetivo en su plan de desarrollo.

Conclusiones

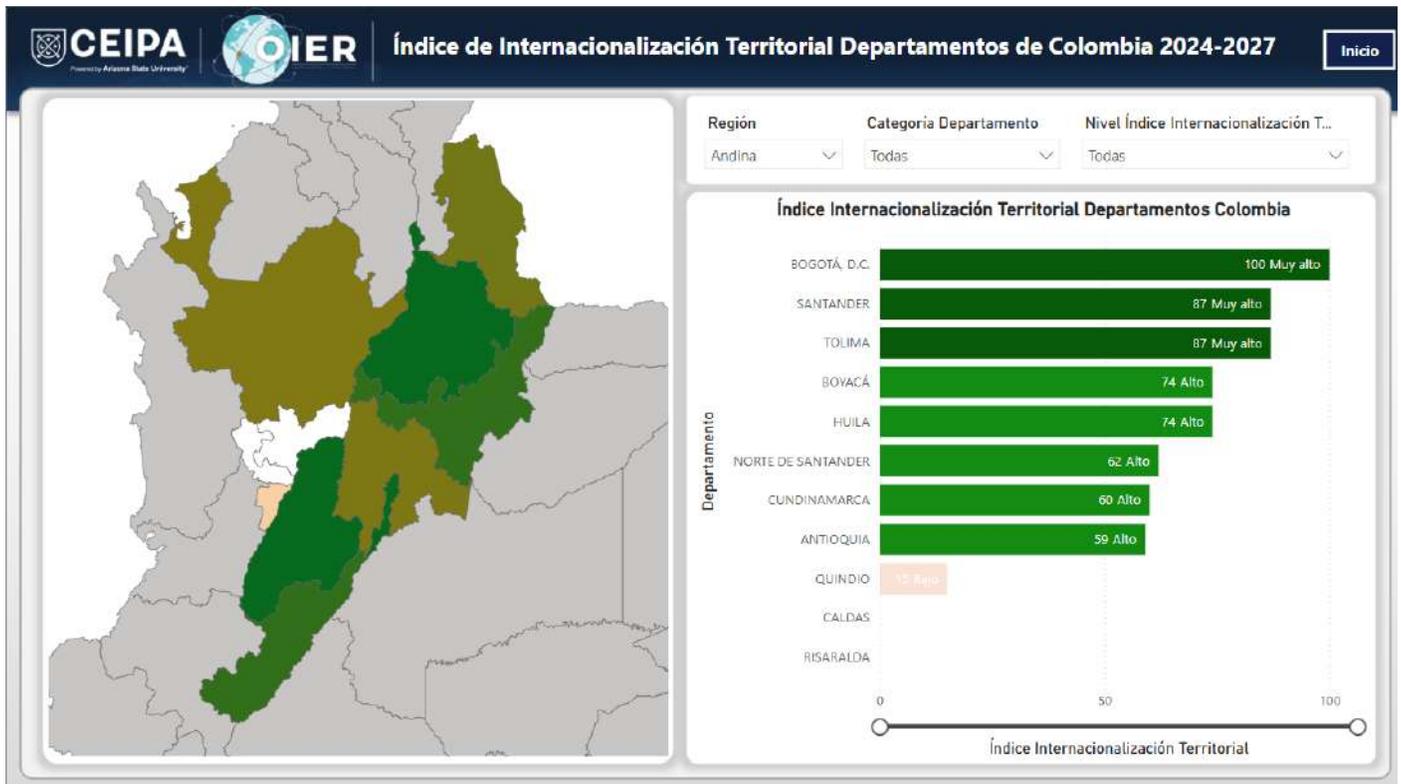
Guainía enfrenta desafíos importantes en su proceso de internacionalización, especialmente en términos de infraestructura y conectividad. Aunque el departamento tiene potencial en áreas de sostenibilidad ambiental, carece de una estructura organizacional y un presupuesto

específico para la gestión de la cooperación internacional e inversión extranjera. La falta de una marca territorial y de estrategias de posicionamiento limita su inserción en mercados globales.

Recomendaciones:

1. **Desarrollar un Plan Estratégico para la Internacionalización:** Crear un plan que identifique las oportunidades en sostenibilidad ambiental y conservación para atraer inversión y cooperación internacional.
2. **Establecer una Unidad de Vinculación Exterior:** Crear una estructura que facilite la coordinación de proyectos internacionales y la atracción de recursos financieros.
3. **Asignar un Presupuesto para Internacionalización:** Destinar fondos específicos para apoyar actividades de gestión de la cooperación e inserción en el mercado internacional.
4. **Explorar la Creación de una Marca Territorial:** Desarrollar una identidad que resalte el patrimonio ambiental y la biodiversidad de Guainía, promoviendo el departamento como un destino de ecoturismo y conservación.

Índice de Internacionalización Territorial Región Andina



Informe 1:

Análisis de Metas de Internacionalización en el Plan de Desarrollo del Distrito Capital de Bogotá

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo

Bogotá cuenta con un plan de desarrollo que enfatiza la internacionalización mediante la ratificación de acuerdos internacionales y la intensificación de relaciones comerciales globales. Este plan busca fortalecer la proyección de Bogotá en el ámbito internacional mediante diversas estrategias en cooperación y diplomacia.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

Aunque Bogotá no es un departamento fronterizo, su rol como capital del país y centro administrativo le otorga una posición estratégica para la gestión de relaciones internacionales y la atracción de inversión extranjera directa (IED).

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento

Relaciones Bilaterales:

- **Hermanamientos:** Bogotá ha establecido acuerdos de hermanamiento y relaciones de cooperación con regiones hermanas a nivel global para fortalecer los lazos culturales y económicos.
- **Cooperación Internacional:** El distrito gestiona acciones de cooperación internacional en múltiples áreas, incluyendo la implementación de políticas públicas en apoyo a la comunidad LGBTI.

- **Inversión Extranjera:** Bogotá promueve activamente la atracción de inversión extranjera para impulsar su economía y mejorar su infraestructura.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** Bogotá participa en redes internacionales y asociaciones en diversas áreas temáticas, fortaleciendo su capacidad para intercambiar experiencias y consolidar buenas prácticas.

1.3.2. Estructura Organizacional

Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior

Bogotá cuenta con una unidad especializada para gestionar sus relaciones internacionales, lo que le permite ejecutar sus estrategias de internacionalización de manera eficiente.

Presupuesto para la Gestión Internacional

El Distrito Capital ha asignado un presupuesto específico para la gestión internacional, lo que muestra un compromiso financiero para sus actividades de cooperación y promoción internacional.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: Bogotá implementa programas de promoción para mejorar su inserción en el mercado global y facilitar la expansión de sus relaciones comerciales.

Ferias Comerciales y Marca Ciudad:

- **Ferias Comerciales:** Bogotá participa activamente en ferias comerciales y eventos de exposición internacionales, promoviendo su imagen y productos.
- **Marca Ciudad:** El Distrito Capital ha desarrollado una marca ciudad que contribuye a su posicionamiento global y a la atracción de turismo y negocios.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales: Bogotá organiza y participa en eventos internacionales de gran escala y ha recibido reconocimientos a nivel internacional por sus buenas prácticas en diversas áreas, lo cual refuerza su posicionamiento en el escenario global.

Conclusiones

Bogotá ha mostrado un avance significativo en su proceso de internacionalización, reflejado en la gestión de acuerdos internacionales y el fortalecimiento de su diplomacia y cooperación. La inclusión de iniciativas como el apoyo a políticas públicas para la comunidad LGBTI y su activa participación en redes internacionales destacan su compromiso con una proyección inclusiva y moderna en el ámbito internacional.

Recomendaciones:

1. **Fortalecer el Apoyo a Programas de Cooperación Temática:** Continuar desarrollando programas de cooperación en áreas de inclusión y diversidad.
2. **Consolidar la Marca Ciudad:** Seguir impulsando la marca ciudad de Bogotá en eventos y ferias internacionales.
3. **Expandir las Redes Internacionales:** Incrementar la participación en asociaciones internacionales para mejorar el intercambio de buenas prácticas.
4. **Reconocimiento Internacional:** Continuar postulando los programas exitosos de Bogotá a premios y reconocimientos globales.

Informe 2:

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

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo

Santander ha establecido un plan de desarrollo enfocado en fortalecer su perfil internacional a través de mecanismos de cooperación internacional, especialmente en el sector educativo, mediante la movilidad de estudiantes y docentes y el desarrollo de convenios de intercambio y colaboración.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

Santander se destaca por su ubicación estratégica en el centro-norte de Colombia, lo que facilita el desarrollo de actividades comerciales y de cooperación. Aunque no es un departamento fronterizo, sus características económicas y su relevancia en la región lo posicionan favorablemente para fortalecer su perfil global.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento

Relaciones Bilaterales:

- **Hermanamientos:** No se identifican hermanamientos específicos en el plan de desarrollo.
- **Cooperación Internacional:** Santander fomenta la cooperación internacional con un enfoque educativo, buscando promover la movilidad académica y el intercambio de conocimientos.
- **Inversión Extranjera:** El departamento promueve la inversión extranjera, especialmente en sectores estratégicos como el turismo y la educación.
- **Convenios con otros actores subnacionales:** Santander establece convenios de colaboración con diversas entidades subnacionales para fortalecer sus relaciones y ampliar su influencia en otros ámbitos.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** Santander participa en asociaciones internacionales que apoyan su objetivo de consolidarse como una región global y fortalecer sus redes de cooperación.

1.3.2. Estructura Organizacional

Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior

Santander cuenta con una estructura organizacional que facilita la gestión de relaciones internacionales y la cooperación, contribuyendo al desarrollo de convenios y proyectos de intercambio académico.

Presupuesto para la Gestión Internacional

El departamento ha asignado un presupuesto específico para actividades de internacionalización, lo cual refuerza

sus capacidades para implementar proyectos y fortalecer sus alianzas internacionales.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: Santander implementa programas de promoción de la internacionalización en diversos sectores, buscando destacar sus fortalezas como destino de inversión y educación.

Ferias Comerciales y Marca Ciudad:

- **Ferias Comerciales:** El departamento participa en ferias comerciales y eventos de exposición, lo cual fortalece su perfil y visibilidad en mercados internacionales.
- **Marca Ciudad:** Santander ha desarrollado la marca “El Gran Santander” para posicionar la región a nivel internacional, resaltando su identidad y atractivo para visitantes e inversionistas.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales: El departamento organiza y participa en eventos internacionales, aunque no se menciona la obtención de premios internacionales específicos en su plan de desarrollo.

Conclusiones

Santander ha avanzado en su estrategia de internacionalización mediante la creación de una marca territorial y el fortalecimiento de la cooperación internacional, especialmente en el ámbito educativo. Su participación en ferias comerciales y su capacidad de atracción de inversión lo consolidan como un referente en la región. Sin embargo, el desarrollo de más hermanamientos podría ampliar sus redes de colaboración globales.

Recomendaciones:

1. **Ampliar las Alianzas Internacionales:** Explorar oportunidades de hermanamientos con otras regiones para fortalecer el intercambio cultural y económico.
2. **Fortalecer el Perfil Educativo Internacional:** Seguir promoviendo la movilidad académica y la cooperación educativa como una ventaja competitiva de Santander.

3. **Incrementar la Participación en Redes Internacionales:** Integrarse en redes globales adicionales que apoyen sus objetivos de cooperación y visibilidad internacional.
4. **Diversificar Programas de Comercio Exterior:** Ampliar los sectores de promoción internacional para incluir áreas adicionales que refuercen su identidad y atractivo a nivel global.

Informe 3:

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

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo

Tolima ha formulado un plan de desarrollo con el objetivo de promover la cooperación internacional, especialmente para fortalecer el tejido empresarial y explorar tecnologías innovadoras como la impresión 3D en la construcción de vivienda en sus municipios.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

Situado en el centro-oeste de Colombia, Tolima cuenta con una ubicación estratégica que facilita el acceso a diversas regiones del país, permitiéndole desarrollar actividades comerciales y de cooperación con un enfoque territorial y cultural. La identidad del departamento está reforzada por su rica biodiversidad y recursos naturales.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento

Relaciones Bilaterales:

- **Hermanamientos:** No se registran hermanamientos específicos en el plan de desarrollo.
- **Cooperación Internacional:** El departamento impulsa la cooperación internacional enfocada en la transfe-

rencia de tecnología y el desarrollo empresarial, incluyendo proyectos innovadores como el uso de impresión 3D en viviendas.

- **Inversión Extranjera:** Tolima promueve la inversión extranjera en sectores estratégicos como la agroindustria, especialmente en cafés especiales y cacao.
- **Convenios con otros actores subnacionales:** Tolima ha autorizado a la Gobernadora para que suscriba Pactos Regionales, Convenios Plan y Asociaciones con entes internacionales, cumpliendo con los requerimientos legales y normativos.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** Tolima participa en asociaciones internacionales, lo cual refuerza su presencia y visibilidad en el ámbito global.

1.3.2. Estructura Organizacional

Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior

Tolima cuenta con una estructura organizacional que facilita la gestión de relaciones internacionales, incluyendo la suscripción de convenios y el desarrollo de proyectos de cooperación.

Presupuesto para la Gestión Internacional

El departamento ha asignado un presupuesto específico para la gestión internacional, lo cual permite implementar proyectos y fortalecer sus alianzas internacionales de manera efectiva.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: Tolima promueve la internacionalización mediante programas específicos para destacar su potencial en comercio exterior, particularmente en sectores como el café y el cacao.

Ferias Comerciales y Marca Ciudad:

- **Ferias Comerciales:** Tolima participa activamente en ferias internacionales, especialmente en eventos relacionados con cafés especiales y cacao.

- **Marca Ciudad:** Tolima ha desarrollado la marca "Tolima Corazón de los Andes" para posicionar el departamento como un destino de turismo cultural y agroindustrial.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales: El departamento organiza y participa en eventos internacionales, pero no se menciona la obtención de premios internacionales en su plan de desarrollo.

Conclusiones

El departamento de Tolima ha avanzado en su estrategia de internacionalización mediante el fortalecimiento de la cooperación internacional y la implementación de proyectos innovadores. Su participación en ferias comerciales y la creación de la marca "Tolima Corazón de los Andes" le otorgan una identidad sólida en el ámbito internacional. Sin embargo, la formalización de hermanamientos internacionales podría expandir sus redes de colaboración globales.

Recomendaciones:

1. **Formalizar Hermanamientos Internacionales:** Explorar hermanamientos con otros departamentos y regiones para fomentar el intercambio cultural y comercial.
2. **Fortalecer la Marca Territorial:** Continuar desarrollando la marca "Tolima Corazón de los Andes" para promover el turismo y la agroindustria en mercados internacionales.
3. **Ampliar la Cooperación Internacional en Innovación:** Buscar más proyectos de cooperación en tecnologías innovadoras que apoyen el desarrollo sostenible y económico del departamento.
4. **Expandir la Promoción de Comercio Exterior:** Continuar posicionando productos como el café y el cacao en ferias internacionales, ampliando su alcance y potencial de exportación.

Informe 4:

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

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo

Boyacá cuenta con un plan de desarrollo orientado a fortalecer sus activos mediante la articulación internacional. Este plan incluye estrategias para fomentar una cultura exportadora y promover la cooperación internacional en diferentes áreas.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

Aunque Boyacá no es un departamento fronterizo ni costero, su riqueza cultural y sus activos económicos lo convierten en un candidato fuerte para la promoción de productos y servicios en mercados internacionales, así como para el posicionamiento de su marca territorial.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento

Relaciones Bilaterales:

- **Hermanamientos:** No se identifican hermanamientos específicos en el plan de desarrollo de Boyacá.
- **Cooperación Internacional:** El departamento participa activamente en iniciativas de cooperación internacional, buscando alianzas estratégicas para apoyar a sus empresarios y fomentar el comercio exterior.
- **Inversión Extranjera:** Boyacá promueve la atracción de inversión extranjera, con un enfoque en el desarrollo de sectores económicos estratégicos y la apertura de oportunidades de negocio.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** Actualmente, Boyacá no es miembro de asociaciones internacionales o redes de regiones.

1.3.2. Estructura Organizacional

Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior

Boyacá cuenta con una estructura dedicada a la internacionalización y a la gestión de relaciones exteriores, lo que le permite implementar de manera efectiva sus programas de cooperación e internacionalización.

Presupuesto para la Gestión Internacional

Se ha asignado un presupuesto específico para actividades de internacionalización, lo cual permite financiar proyectos de promoción de exportaciones y otros esfuerzos de posicionamiento global.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: El programa "Boyacá Exporta" facilita que empresarios locales abran mercados internacionales en destinos como Nueva York, Dubái y Emiratos Árabes Unidos, lo que fortalece la presencia de productos boyacenses en el exterior.

Ferias Comerciales y Marca Ciudad:

- **Ferias Comerciales:** Boyacá participa en ferias comerciales y macrorruedas de negocios, proporcionando a sus empresarios oportunidades de intercambio comercial y expansión de sus redes.
- **Marca Ciudad:** Con la iniciativa "Boyacá es para Vivirla," el departamento promueve una marca territorial que busca posicionarse a nivel nacional e internacional como un destino de inversión, turismo y cultura.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales: Boyacá organiza eventos internacionales y participa en misiones comerciales que impulsan su visibilidad en el extranjero. Sin embargo, no se destacan premios internacionales específicos como parte de sus metas.

Conclusiones

El departamento de Boyacá ha avanzado en la internacionalización de su economía, aprovechando sus activos culturales y comerciales para promover una cultura exportadora y fortalecer la marca "Boyacá es para Vivirla." Su par-

ticipación en ferias y misiones internacionales y su enfoque en la cooperación internacional le permiten proyectarse como un actor relevante en el mercado global.

Recomendaciones:

1. **Expandir los Mercados Internacionales:** Continuar fortaleciendo el programa Boyacá Exporta y explorar nuevos mercados en otras regiones estratégicas.
2. **Desarrollar Más Alianzas Internacionales:** Buscar oportunidades de cooperación en sectores emergentes y establecer más convenios con actores internacionales.
3. **Impulsar la Marca Territorial:** Fortalecer la campaña "Boyacá es para Vivirla" y promover la marca en eventos y ferias internacionales.
4. **Diversificar la Oferta de Eventos Internacionales:** Organizar o co-organizar eventos culturales y comerciales de mayor escala para atraer más atención y turismo a la región.

Informe 5:

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

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo

El plan de desarrollo de Huila incluye la promoción de la internacionalización a través de eventos y ferias internacionales en sectores estratégicos como la acuicultura, el café, y el agroturismo. Estas actividades buscan fortalecer la proyección del departamento en el ámbito global y promover su identidad territorial.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

Huila, ubicado en el suroccidente colombiano, es reconocido por su producción cafetera y sus paisajes naturales. Estas características le otorgan una ventaja competitiva

en el sector turístico y agroindustrial, permitiéndole atraer turistas y exportadores internacionales.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamento

Relaciones Bilaterales:

- **Hermanamientos:** No se identifican hermanamientos específicos en el plan de desarrollo de Huila.
- **Cooperación Internacional:** El departamento promueve la cooperación internacional y la atracción de inversión para fortalecer su economía local.
- **Inversión Extranjera:** Huila fomenta la atracción de inversión extranjera mediante la Agencia de Atracción de Inversión - **INVEST IN HUILA**, con un enfoque en proyectos agroindustriales y turísticos.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** No se menciona la participación en asociaciones internacionales o redes de regiones.

1.3.2. Estructura Organizacional

Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior

Huila cuenta con la Agencia **INVEST IN HUILA**, que facilita la atracción de inversión y la proyección internacional del departamento, promoviendo su identidad y oferta de productos en el extranjero.

Presupuesto para la Gestión Internacional

El departamento ha asignado un presupuesto específico para la gestión de actividades de internacionalización, lo cual facilita la implementación de proyectos y eventos con alcance global.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: Huila organiza programas y ferias, como la Feria Internacional Acuícola, la FICCA (Feria Internacional de Café, Cacao y Agroturismo), y la Huila Fest, que fomentan el comercio exterior y conectan a sus productores con mercados internacionales.

Ferias Comerciales y Marca Ciudad:

- **Ferias Comerciales:** Huila participa en ferias comerciales de importancia nacional e internacional que impulsan su industria agropecuaria y turística.
- **Marca Ciudad:** La imagen de marca “**Huila, un Paraíso por Descubrir**” y la marca territorial “**Origen Huila**” fortalecen la identidad del departamento y su posicionamiento en el ámbito internacional.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales:

Huila organiza eventos de carácter internacional y ruedas de negocios en sectores como el café y el agroturismo, aunque no se destacan premios internacionales como parte de sus objetivos en el plan de desarrollo.

Conclusiones

El departamento de Huila ha consolidado su estrategia de internacionalización mediante la creación de eventos y ferias de alto impacto en los sectores agrícola y turístico. Su enfoque en la promoción de marcas territoriales y la creación de la Agencia **INVEST IN HUILA** destacan su compromiso con la proyección internacional. Sin embargo, el fortalecimiento de alianzas con redes y asociaciones internacionales podría mejorar su posicionamiento global.

Recomendaciones:

1. **Fortalecer la Marca Territorial:** Continuar desarrollando la marca “Origen Huila” y promover sus atributos únicos en mercados internacionales.
2. **Aumentar la Participación en Redes Internacionales:** Explorar membresías en asociaciones internacionales que permitan expandir su red de contactos y su visibilidad.
3. **Promover Alianzas Internacionales en Turismo y Agroindustria:** Desarrollar colaboraciones con otros territorios que compartan intereses en turismo y sostenibilidad.
4. **Consolidar Eventos Internacionales:** Incrementar la oferta de eventos internacionales de alto impacto que fortalezcan la imagen del departamento y atraigan más turismo e inversión.

Informe 6:**Análisis de Metas de Internacionalización en el Plan de Desarrollo de la Gobernación de Norte de Santander****1. Dimensiones de Internacionalización Territorial****1.1. Dimensión de Política Pública****Plan de Desarrollo**

El plan de desarrollo de Norte de Santander incorpora la internacionalización como un componente inclusivo y sostenible, apoyado en la colaboración con agentes de cooperación nacional e internacional. Enfoca sus esfuerzos en la prevención, protección, empleabilidad y asistencia a víctimas del conflicto, integrando así la cooperación internacional en su estructura de apoyo social.

1.2. Dimensión Contextual**Localización y Categoría del Departamento**

Ubicado en la frontera con Venezuela, Norte de Santander tiene una posición geopolítica relevante que facilita la interacción transfronteriza. Esta ubicación le otorga ventajas para el comercio y la cooperación internacional, siendo un puente natural para actividades de intercambio cultural y comercial.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial**1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento****Relaciones Bilaterales:**

- **Hermanamientos:** Actualmente, no se registran hermanamientos específicos en el plan de desarrollo de Norte de Santander.
- **Cooperación Internacional:** El departamento cuenta con el respaldo de agentes de cooperación internacional para programas de prevención y protección, así como para la asistencia a víctimas del conflicto.
- **Inversión Extranjera:** Norte de Santander promueve la inversión extranjera en el ámbito turístico y comercial, posicionándose como una "vitrina comercial internacional".

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** No se mencionan membresías específicas en asociaciones internacionales o redes de regiones en el plan de desarrollo.

1.3.2. Estructura Organizacional**Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior**

Norte de Santander tiene una estructura que facilita la gestión de relaciones exteriores, integrando la cooperación internacional en sus políticas de desarrollo y asistencia social.

Presupuesto para la Gestión Internacional

El departamento no cuenta con un presupuesto específico asignado para actividades de internacionalización, lo que limita su capacidad de implementar ciertos proyectos de manera independiente.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: Norte de Santander implementa programas para posicionarse como una vitrina comercial internacional, lo cual incluye la promoción de su oferta turística y comercial en ferias internacionales.

Ferias Comerciales y Marca Ciudad:

- **Ferias Comerciales:** El departamento participa en ferias internacionales especializadas en turismo, promoviendo sus recursos naturales y culturales.
- **Marca Ciudad:** Norte de Santander ha desarrollado una identidad territorial que resalta su potencial comercial y turístico en el contexto global.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales: El departamento organiza y participa en eventos internacionales, pero no se mencionan premios internacionales como parte de sus objetivos en el plan de desarrollo.

Conclusiones

Norte de Santander ha avanzado en la internacionalización mediante el respaldo de agentes de cooperación in-

ternacional y la promoción de su identidad como una "vitrina comercial internacional". La participación en ferias y su ubicación fronteriza le otorgan ventajas significativas para el comercio y el turismo. Sin embargo, la asignación de un presupuesto específico para la gestión de relaciones internacionales y el desarrollo de una marca territorial formal fortalecerían aún más su posición.

Recomendaciones:

1. **Asignar un Presupuesto para la Internacionalización:** Destinar fondos específicos para apoyar actividades de cooperación e inversión, facilitando la implementación de proyectos internacionales.
2. **Fortalecer la Marca Territorial:** Consolidar una marca que resalte el atractivo turístico y comercial de Norte de Santander, promoviendo su identidad en mercados internacionales.
3. **Ampliar la Participación en Redes Internacionales:** Buscar membresías en asociaciones internacionales para fortalecer los lazos de cooperación y ampliar su red de contactos globales.
4. **Promover Programas de Comercio Exterior Sostenible:** Desarrollar programas que permitan a Norte de Santander proyectarse como un destino de comercio y turismo inclusivo y sostenible.

Informe 7:

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

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo

El plan de desarrollo de Cundinamarca se centra en la promoción de eventos culturales y deportivos con proyección internacional, además de fomentar la participación de pequeñas y medianas empresas (MiPymes) en misiones comerciales a nivel regional, nacional e internacional.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

Cundinamarca, al ser el departamento que rodea la capital del país, Bogotá, tiene una ubicación estratégica para el comercio y la participación en eventos internacionales. Esta proximidad facilita la atracción de visitantes y la organización de actividades de impacto global.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento

Relaciones Bilaterales:

- **Hermanamientos:** No se identifican hermanamientos específicos en el plan de desarrollo de Cundinamarca.
- **Cooperación Internacional:** Cundinamarca participa en iniciativas de cooperación internacional para apoyar el desarrollo de eventos y la proyección de su cultura y deporte.
- **Inversión Extranjera:** El departamento promueve la inversión extranjera, especialmente en el contexto de apoyo a actividades culturales, deportivas y de apoyo a MiPymes.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** Cundinamarca no menciona participación en asociaciones internacionales o redes de regiones.

1.3.2. Estructura Organizacional

Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior

Cundinamarca actualmente no cuenta con un órgano específico para la vinculación exterior, lo cual podría limitar su capacidad de gestionar relaciones internacionales y alianzas estratégicas.

Presupuesto para la Gestión Internacional

El departamento ha asignado un presupuesto para apoyar actividades de internacionalización, lo que facilita la participación en eventos comerciales y culturales de nivel global.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: Cundinamarca implementa programas que facilitan la participación de MiPymes en misiones comerciales y eventos especializados, fortaleciendo su presencia en mercados internacionales.

Ferias Comerciales y Marca Ciudad:

- **Ferias Comerciales:** Cundinamarca participa en ferias comerciales y eventos de exposición que proyectan la región a nivel internacional.
- **Marca Ciudad:** Aunque el departamento fomenta su identidad cultural, no se menciona el desarrollo de una marca ciudad específica.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales: El departamento organiza y apoya eventos culturales y deportivos de relevancia internacional, con un plan para posicionar dos festivales culturales y apoyar 200 eventos deportivos de nivel competitivo nacional e internacional. No se mencionan premios internacionales en el plan de desarrollo.

Conclusiones

Cundinamarca ha tomado pasos significativos hacia la internacionalización a través del fomento de su cultura y deportes y del apoyo a MiPymes en su expansión comercial. Su proximidad a Bogotá le otorga ventajas para atraer inversión extranjera y proyectar sus eventos en el ámbito global. Sin embargo, la falta de un órgano de vinculación exterior y de una marca territorial específica podrían limitar su impacto.

Recomendaciones:

1. **Establecer un Órgano de Vinculación Exterior:** Crear una unidad específica para la gestión de relaciones internacionales y la atracción de alianzas estratégicas.
2. **Desarrollar una Marca Territorial:** Implementar una marca para Cundinamarca que resalte su oferta cultural, deportiva y comercial en el ámbito internacional.
3. **Fortalecer la Participación en Redes Internacionales:** Explorar membresías en asociaciones internacionales

que faciliten la cooperación y el intercambio de experiencias.

4. **Consolidar Eventos Internacionales en la Región:** Aumentar la visibilidad de los festivales culturales y eventos deportivos en mercados extranjeros para atraer turismo y patrocinio global.

Informe 8:

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

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 regiones, 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.

Informe 9:

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

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo

El departamento de Quindío ha establecido metas de desarrollo orientadas a crear y mantener sus ventajas competitivas, con el objetivo de posicionarse en mercados regionales, nacionales e internacionales. También tiene como meta convertirse en un referente deportivo a nivel nacional e internacional.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

Quindío, ubicado en la región cafetera de Colombia, tiene una ventaja competitiva en sectores como el turismo ecológico y cultural. Aunque no es un departamento fronterizo, su identidad única y su potencial en el sector deportivo y turístico lo posicionan favorablemente para el comercio y la atracción de visitantes internacionales.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamento

Relaciones Bilaterales:

- **Hermanamientos:** Actualmente, el plan de desarrollo no contempla hermanamientos específicos con entidades u organizaciones extranjeras.
- **Cooperación Internacional:** Quindío promueve la cooperación internacional, aunque no se detalla el enfoque de sus proyectos de colaboración en el plan.
- **Inversión Extranjera:** No se mencionan estrategias específicas para la atracción de inversión extranjera, lo cual limita su capacidad de crecimiento internacional en sectores estratégicos.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** El departamento no participa en asociaciones internacionales, lo cual podría ser una oportunidad de expansión para fortalecer su posicionamiento.

1.3.2. Estructura Organizacional

Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior

Quindío no cuenta con un órgano formal dedicado exclusivamente a la gestión de relaciones internacionales, lo cual podría dificultar la coordinación de sus actividades de cooperación e internacionalización.

Presupuesto para la Gestión Internacional

El departamento no ha asignado un presupuesto específico para la gestión internacional, limitando así sus recursos para implementar proyectos y alianzas estratégicas en el ámbito internacional.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: Quindío ha desarrollado programas para promover su presencia en mercados internacionales, en especial con miras a convertirse en un referente deportivo, aunque no se han establecido planes específicos para otros sectores.

Ferias Comerciales y Marca Ciudad:

- **Ferias Comerciales:** El departamento no participa activamente en ferias internacionales de comercio o exposición, lo que limita su visibilidad en el mercado global.
- **Marca Ciudad:** No existe una marca territorial oficial para Quindío, aunque el departamento podría beneficiarse de una identidad de marca enfocada en su atractivo turístico y deportivo.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales:

Quindío no organiza eventos internacionales destacados en su territorio ni tiene reconocimientos internacionales según el plan de desarrollo actual.

Conclusiones

El departamento de Quindío tiene un enfoque claro en convertirse en un referente deportivo, lo cual es una estrategia valiosa para posicionarse en el ámbito internacional. Sin embargo, su falta de un órgano de vinculación exterior y la ausencia de presupuesto específico para la gestión internacional limitan su potencial para expandir su presencia y atraer inversión extranjera. La creación de una marca territorial y la participación en redes internacionales serían pasos positivos para fortalecer su proceso de internacionalización.

Recomendaciones:

1. **Crear un Órgano de Vinculación Exterior:** Establecer una entidad que facilite la coordinación de actividades internacionales y la atracción de cooperación e inversión.
2. **Desarrollar una Marca Territorial:** Diseñar una identidad que resalte las características únicas de Quindío en deportes y turismo, para mejorar su visibilidad en mercados internacionales.

3. **Asignar Presupuesto para la Internacionalización:** Destinar fondos para la gestión de relaciones internacionales y la participación en eventos globales.
4. **Expandir la Participación en Ferias y Eventos Internacionales:** Promover la participación en ferias internacionales de sectores clave como el turismo, la agroindustria y el deporte.

Informe 10:

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

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo

Actualmente, el departamento de Caldas no cuenta con un plan de desarrollo detallado que incluya metas específicas en relación con la internacionalización. No se encontraron lineamientos estratégicos de cooperación internacional, promoción comercial o atracción de inversión extranjera en el plan actual.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

Caldas es un departamento del interior, sin acceso directo a fronteras internacionales ni al océano, lo que puede limitar ciertas oportunidades de comercio exterior y cooperación transfronteriza. Sin embargo, su ubicación en el Eje Cafetero ofrece un potencial para atraer turismo y participar en iniciativas nacionales de exportación, especialmente en el sector agroindustrial.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento

Relaciones Bilaterales:

- **Hermanamientos:** No se identificaron acuerdos de hermanamiento con otras regiones.
- **Cooperación Internacional:** No se observan iniciativas específicas de cooperación internacional en el plan de desarrollo.

- **Inversión Extranjera:** El plan actual no contempla estrategias para atraer inversión extranjera en el departamento.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** No se identifican membresías en asociaciones o redes internacionales que respalden la participación de Caldas en iniciativas globales.

1.3.2. Estructura Organizacional

Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior

El departamento de Caldas no cuenta con una estructura específica para gestionar relaciones internacionales o facilitar la cooperación exterior.

Presupuesto para la Gestión Internacional

No se ha asignado un presupuesto para la gestión de internacionalización, lo cual limita la capacidad del departamento para implementar y gestionar iniciativas de proyección internacional.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: Actualmente, Caldas no cuenta con programas para promover la internacionalización de sus empresas o para facilitar la exportación de productos locales.

Ferias Comerciales y Marca Ciudad:

- **Ferias Comerciales:** No se mencionan en el plan de desarrollo eventos de ferias comerciales o exposiciones con enfoque internacional.
- **Marca Ciudad:** El departamento no ha desarrollado una marca regional para posicionarse en el ámbito global.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales: No se observan eventos internacionales ni la búsqueda de premios o reconocimientos internacionales como parte del plan de desarrollo de Caldas.

Conclusiones

El departamento de Caldas carece de una estrategia de internacionalización en su plan de desarrollo. A pesar de su posición en el Eje Cafetero y su potencial en el sector agroindustrial, no existen estructuras, programas ni presupuesto para promover la internacionalización del departamento. Esta situación limita sus posibilidades de atraer inversión extranjera y participar en redes de cooperación internacional.

Recomendaciones:

1. **Desarrollar un Plan de Internacionalización:** Crear un plan de acción para fomentar la cooperación internacional y la exportación de productos locales.
2. **Establecer una Estructura de Vinculación Exterior:** Formar un órgano específico para gestionar las relaciones internacionales y las alianzas estratégicas.
3. **Asignar Recursos Financieros:** Destinar un presupuesto para iniciativas de internacionalización y promoción comercial.
4. **Fomentar la Marca Territorial:** Desarrollar una marca para el departamento de Caldas que resalte sus atributos y lo posicione como un destino atractivo para el turismo y la inversión.

Informe 11:

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

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo

Actualmente, el plan de desarrollo de Risaralda no contempla objetivos específicos de internacionalización.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

Risaralda es un departamento estratégicamente ubicado en la región del Eje Cafetero, lo que le permite tener un gran potencial en turismo ecológico y de naturaleza. Su ubicación central y su conectividad con otras regiones de

Colombia lo favorecen para desarrollar proyectos en comercio y turismo, aunque se desconoce si estas oportunidades están explícitamente reflejadas en su plan de desarrollo.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento

Relaciones Bilaterales: Debido a la limitación en el acceso al contenido detallado del plan de desarrollo, no se tiene información sobre hermanamientos, cooperación internacional, inversión extranjera o convenios con otros actores subnacionales en Risaralda.

Relaciones Multilaterales: No se pudo verificar la membresía de Risaralda en asociaciones internacionales o redes de regiones.

1.3.2. Estructura Organizacional

Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior

No se obtuvo información sobre la existencia de un órgano de vinculación exterior o una estructura administrativa específica para la gestión de relaciones internacionales en el departamento de Risaralda.

Presupuesto para la Gestión Internacional

No se pudo confirmar si el departamento cuenta con un presupuesto asignado para la gestión de la internacionalización.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: No se pudo acceder a información sobre la existencia de programas específicos para la promoción de comercio exterior ni sobre la participación en ferias comerciales en Risaralda.

Ferias Comerciales y Marca Región: No se tiene confirmación sobre la existencia de una marca región o la organización de eventos internacionales en el departamento.

Conclusiones

La revisión del plan de desarrollo de Risaralda fue limitada debido al formato de imagen en PDF del documento, lo que imposibilitó la búsqueda y análisis del contenido detallado. Sin embargo, dada la ubicación estratégica del departamento en el Eje Cafetero, existen oportunidades significativas para desarrollar su potencial en turismo y comercio internacional, si estos aspectos son contemplados en su plan de desarrollo.

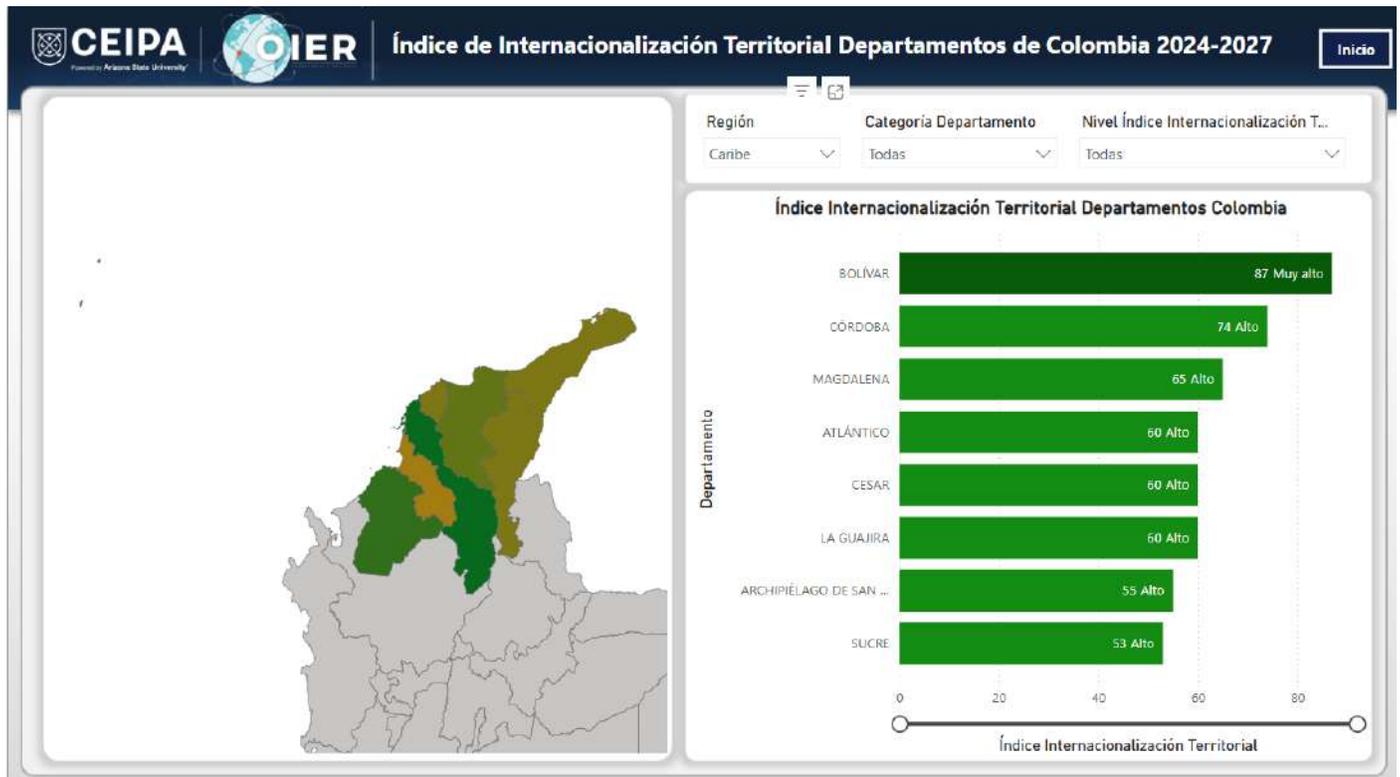
Recomendaciones:

1. **Convertir el Plan de Desarrollo en Formato Accesible:** Facilitar el acceso al plan en un formato de texto que permita la búsqueda y análisis detallado de sus contenidos.
2. **Explorar la Creación de una Marca Territorial:** Diseñar una marca que resalte a Risaralda como destino

turístico y de inversión, aprovechando su ubicación y recursos naturales.

3. **Fortalecer la Promoción Internacional:** Considerar la participación en ferias y eventos de turismo y agroindustria para mejorar su proyección internacional.
4. **Establecer Alianzas Internacionales:** Buscar oportunidades de hermanamientos y cooperación con otras regiones y organizaciones internacionales para expandir su red de relaciones globales.

Índice de Internacionalización Territorial Región Caribe



Informe 5:

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

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo

El departamento de Bolívar cuenta con un plan de desarrollo que incluye una política pública de cooperación internacional. A través de este enfoque, Bolívar busca acceder a oportunidades de financiamiento internacional que apoyen su desarrollo, incluyendo el respaldo de agencias como USAID y la Unión Europea.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

Bolívar es un departamento con acceso marítimo, lo que le permite una ventaja en términos de comercio internacional y atracción de inversión extranjera. Su ubicación facilita la organización de eventos y proyectos internacionales en la región.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento

Relaciones Bilaterales:

- **Hermanamientos:** No se identifican hermanamientos específicos en el plan de desarrollo de Bolívar.
- **Cooperación Internacional:** Bolívar mantiene relaciones de cooperación con agencias internacionales, incluidas USAID y la Unión Europea, para implementar programas como ADAM y el Laboratorio de Paz – Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio.
- **Inversión Extranjera:** El departamento está enfocado en atraer inversión extranjera mediante acuerdos de

cooperación y la implementación de proyectos respaldados por la comunidad internacional.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** Bolívar participa en asociaciones y redes internacionales que apoyan sus iniciativas de desarrollo.

1.3.2. Estructura Organizacional

Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior

Bolívar cuenta con una estructura administrativa dedicada a la gestión de relaciones exteriores e internacionalización, lo que facilita su acceso a programas de cooperación internacional y su participación en eventos globales.

Presupuesto para la Gestión Internacional

Se ha asignado un presupuesto específico para actividades de internacionalización, lo cual refuerza su capacidad de ejecutar proyectos de cooperación y de atraer inversión extranjera.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: Bolívar desarrolla programas para la promoción de exportaciones y la atracción de inversiones, aprovechando su posición estratégica en el Caribe.

Ferias Comerciales y Marca Región:

- **Ferias Comerciales:** Bolívar participa en ferias comerciales y eventos de exposición para mejorar su visibilidad en el ámbito internacional.
- **Marca Región:** El departamento promueve una identidad de marca que ayuda a consolidar su imagen y atractivo a nivel global.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales: Bolívar organiza y acoge eventos deportivos y otros eventos internacionales en su territorio, fortaleciendo su presencia en la escena global. No obstante, no se mencionan premios internacionales como parte de sus metas.

Conclusiones

Bolívar ha mostrado un compromiso sólido con la internacionalización, apoyado por una política pública de cooperación y financiamiento internacional. La colaboración con agencias como USAID y la Unión Europea fortalece su capacidad para implementar proyectos de impacto social y económico en la región. Su ubicación estratégica y participación en eventos internacionales le permiten continuar atrayendo atención global.

Recomendaciones:

1. **Expandir las Alianzas Internacionales:** Fortalecer la cooperación con más organizaciones internacionales para diversificar sus fuentes de financiamiento.
2. **Consolidar la Marca Región:** Seguir promoviendo la identidad de marca del departamento en ferias y eventos internacionales para atraer más turismo y negocios.
3. **Impulsar la Participación en Redes Multilaterales:** Buscar membresías adicionales en redes internacionales para mejorar el intercambio de experiencias y buenas prácticas.
4. **Aumentar la Oferta de Eventos Internacionales:** Organizar más eventos internacionales en Bolívar para aumentar su visibilidad y posicionamiento global.

Informe 2:

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

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo

Córdoba cuenta con un plan de desarrollo enfocado en fomentar la internacionalización de su economía, con especial interés en la atracción de inversión extranjera y la expansión de oportunidades de comercio exterior. El departamento busca posicionarse en mercados internacionales mediante el desarrollo de proyectos estratégicos de alto impacto económico.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

Córdoba, con una ubicación estratégica en el norte de Colombia, cuenta con acceso directo al Mar Caribe, lo que facilita el comercio internacional y la exportación de sus productos. Su potencial en los sectores ganadero y agroindustrial le otorga una ventaja competitiva en el contexto global.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento

Relaciones Bilaterales:

- **Hermanamientos:** No se identifican hermanamientos específicos en el plan de desarrollo de Córdoba.
- **Cooperación Internacional:** El departamento fomenta la cooperación internacional con el fin de apoyar proyectos de desarrollo económico y social.
- **Inversión Extranjera:** Córdoba busca activamente atraer inversión extranjera para financiar proyectos estratégicos en sectores como el ganadero y agroindustrial.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** No se menciona participación en asociaciones internacionales o redes de regiones.

1.3.2. Estructura Organizacional

Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior

Córdoba cuenta con un órgano de vinculación exterior encargado de coordinar las relaciones internacionales, facilitando la gestión de cooperación y promoción de inversión extranjera.

Presupuesto para la Gestión Internacional

El departamento ha asignado un presupuesto para la gestión internacional, lo cual respalda la organización de eventos internacionales y fortalece su capacidad de promoción en mercados globales.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: Córdoba ha implementado programas para fomentar el comercio exterior y apoyar a las empresas locales en su proceso de internacionalización.

Ferias Comerciales y Marca Región:

- **Ferias Comerciales:** Entre las ferias destacadas se encuentran la feria ganadera y agroindustrial de Córdoba, que promueve la economía regional y facilita la atracción de inversión.
- **Marca Región:** Córdoba busca fortalecer su identidad territorial, aunque no tiene una marca región específica.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales: Córdoba organiza eventos internacionales que promueven el sector ganadero y agroindustrial, impulsando la visibilidad de sus productos en el mercado global. No se mencionan premios internacionales como parte de sus objetivos.

Conclusiones

El departamento de Córdoba ha establecido un enfoque claro hacia la internacionalización de su economía mediante la atracción de inversión extranjera y la participación en eventos comerciales. Su ubicación estratégica y su enfoque en sectores clave como el ganadero y agroindustrial fortalecen su proyección en el contexto global. Sin embargo, la creación de una marca territorial específica podría mejorar aún más su posicionamiento.

Recomendaciones:

1. **Desarrollar una Marca Territorial:** Crear una marca para Córdoba que resalte su identidad y potencial en el sector ganadero y agroindustrial.
2. **Fortalecer la Participación en Redes Internacionales:** Explorar oportunidades de membresía en asociaciones internacionales para expandir sus redes de cooperación.
3. **Consolidar el Apoyo a la Internacionalización Empresarial:** Ampliar los programas de apoyo financiero

para la organización de eventos y ferias internacionales.

4. **Aumentar la Oferta de Eventos Internacionales en la Región:** Organizar eventos internacionales adicionales que fortalezcan la imagen del departamento y atraigan más interés global.

Informe 3:

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

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo

Magdalena ha establecido objetivos de internacionalización que incluyen la promoción del agroturismo y el turismo comunitario, con un enfoque de género y construcción de paz. También busca fomentar la cooperación a través de hermanamientos con entidades territoriales en el extranjero.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

Situado en la costa caribeña de Colombia, Magdalena cuenta con una ubicación geográfica estratégica para el turismo y el comercio exterior. Su riqueza natural y cultural, junto con su enfoque en turismo de paz, lo convierten en un destino con gran atractivo para el turismo internacional.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento

Relaciones Bilaterales:

- **Hermanamientos:** Magdalena ha gestionado hermanamientos con entidades territoriales internacionales, fortaleciendo sus lazos de cooperación y aprendizaje.

- **Cooperación Internacional:** El departamento fomenta la cooperación internacional para apoyar el desarrollo de eventos deportivos y turísticos.
- **Inversión Extranjera:** Magdalena busca atraer inversión extranjera para proyectos de turismo y desarrollo rural.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** No se menciona la participación en asociaciones internacionales o redes de regiones.

1.3.2. Estructura Organizacional

Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior

Magdalena cuenta con una estructura administrativa para gestionar la vinculación exterior, lo que le permite coordinar actividades de cooperación y promoción de la internacionalización.

Presupuesto para la Gestión Internacional

El departamento ha asignado un presupuesto específico para la gestión de la internacionalización, lo cual respalda la organización de eventos y actividades de cooperación internacional.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: Actualmente, Magdalena no cuenta con programas específicos de promoción de comercio exterior, aunque se enfoca en el turismo comunitario y el agroturismo como elementos de su estrategia de internacionalización.

Ferias Comerciales y Marca Región:

- **Ferias Comerciales:** Magdalena participa en ferias nacionales e internacionales que impulsan su sector turístico y agroindustrial.
- **Marca Región:** El departamento no tiene una marca territorial formal para su promoción en mercados internacionales.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales: Magdalena organiza eventos deportivos y culturales, fortaleciendo su visibilidad internacional. Sin embargo, no se

mencionan premios internacionales como parte de sus metas en el plan de desarrollo.

Conclusiones

El departamento de Magdalena ha avanzado en su proceso de internacionalización a través del turismo comunitario y el agroturismo, lo que fortalece su imagen en el exterior. La implementación de hermanamientos y la participación en ferias internacionales reflejan su compromiso con la cooperación y la proyección global. Sin embargo, una marca territorial formal y un enfoque más amplio en redes internacionales podrían potenciar su impacto.

Recomendaciones:

1. **Desarrollar una Marca Territorial:** Crear una identidad que destaque el atractivo turístico y el enfoque de paz de Magdalena, promoviendo su potencial en mercados globales.
2. **Fortalecer la Participación en Redes Internacionales:** Explorar membresías en asociaciones internacionales que amplíen sus contactos y su visibilidad.
3. **Ampliar la Promoción de Sectores Productivos Internacionalmente:** Considerar la creación de programas que apoyen a sectores productivos, como el turismo y la agroindustria, en su proyección internacional.
4. **Consolidar Eventos Internacionales de Alto Impacto:** Incrementar la oferta de eventos deportivos y culturales con proyección internacional que fortalezcan la imagen del departamento y atraigan más turismo e inversión.

Informe 4:

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

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo

El departamento del Atlántico cuenta con un plan de desarrollo que incluye la iniciativa "**Atlántico para el**

Mundo", proyectando al departamento en el ámbito internacional. El plan establece la meta de suscribir convenios de cooperación y de articularse con actores clave, como agencias de cooperación internacional, para fomentar el desarrollo en la región.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

Atlántico es un departamento costero con acceso directo al Mar Caribe, lo cual le brinda una ventaja estratégica para el comercio internacional y la atracción de inversión extranjera, facilitando su inserción en mercados globales.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento

Relaciones Bilaterales:

- **Hermanamientos:** No se registran hermanamientos específicos en el plan de Atlántico.
- **Cooperación Internacional:** Atlántico busca suscribir convenios de cooperación internacional para el apoyo financiero a emprendedores, incluyendo programas dirigidos a personas con discapacidad.
- **Inversión Extranjera:** El plan de desarrollo contempla la atracción de inversión extranjera, con un enfoque en proyectos de financiamiento en el país y el extranjero.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** Actualmente, Atlántico no participa en asociaciones internacionales o redes de regiones.

1.3.2. Estructura Organizacional

Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior

Atlántico no cuenta con un órgano específico de vinculación exterior en su estructura organizativa, lo que podría limitar la efectividad de sus acciones de internacionalización.

Presupuesto para la Gestión Internacional

El departamento ha asignado un presupuesto para la gestión internacional, lo cual refleja un compromiso financiero hacia las actividades de cooperación y promoción internacional.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: Atlántico ha desarrollado programas de promoción para apoyar a los emprendedores locales en su inserción en mercados internacionales.

Ferias Comerciales y Marca Región:

- **Ferias Comerciales:** El departamento participa activamente en ferias comerciales y eventos de exposición, promoviendo su imagen en el ámbito internacional.
- **Marca Región:** El plan de desarrollo incluye la creación de una marca regional para posicionar a Atlántico a nivel global.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales: Atlántico organiza eventos deportivos y culturales con alcance internacional, además de intercambios de experiencias juveniles a nivel nacional e internacional. Sin embargo, no se mencionan premios internacionales como meta en el plan.

Conclusiones

El departamento de Atlántico ha mostrado una fuerte intención de proyectarse internacionalmente a través de su plan "Atlántico para el Mundo." Su enfoque en la cooperación internacional y el apoyo a emprendedores, así como la organización de eventos deportivos y culturales, contribuyen a su posicionamiento global. Sin embargo, la ausencia de un órgano de vinculación exterior limita su capacidad de gestión internacional.

Recomendaciones:

1. **Crear un Órgano de Vinculación Exterior:** Establecer una unidad específica para gestionar las relaciones internacionales del departamento.
2. **Fortalecer Alianzas Internacionales:** Ampliar los convenios de cooperación con actores internacionales para fortalecer el apoyo a los emprendedores.

3. **Aumentar la Participación en Redes Multilaterales:** Buscar membresías en asociaciones y redes internacionales para mejorar el intercambio de experiencias.
4. **Consolidar la Marca Atlántico:** Continuar promoviendo la marca regional en ferias y eventos internacionales para atraer inversión y turismo.

Informe 5:

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

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo

El departamento de Cesar cuenta con un plan de desarrollo enfocado en la internacionalización de sus productos regionales, en particular los agrícolas, a través de estrategias de marketing y promoción en mercados internacionales. También busca fortalecer la participación de sus unidades productivas en eventos de comercialización de impacto regional, nacional e internacional.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

Cesar, aunque no es un departamento fronterizo ni costero, posee recursos naturales y productos agrícolas significativos que lo hacen competitivo en mercados internacionales. La ubicación y las características del departamento permiten una proyección de su producción agrícola en el ámbito global.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento

Relaciones Bilaterales:

- **Hermanamientos:** No se identifican hermanamientos específicos en el plan de desarrollo de Cesar.
- **Cooperación Internacional:** El departamento busca apoyo en la cooperación internacional para promover la comercialización de sus productos en el exterior.

- **Inversión Extranjera:** Cesar promueve la atracción de inversión extranjera, especialmente en sectores de producción agrícola y agroindustrial.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** Actualmente, Cesar no es miembro de asociaciones internacionales o redes de regiones.

1.3.2. Estructura Organizacional

Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior

Cesar no cuenta con un órgano específico de vinculación exterior, lo cual podría limitar la capacidad del departamento para gestionar relaciones internacionales de manera efectiva.

Presupuesto para la Gestión Internacional

El departamento ha asignado un presupuesto para la gestión internacional, facilitando la ejecución de estrategias de promoción de productos y la participación en eventos de relevancia internacional.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: Cesar implementa programas que buscan la internacionalización de productos regionales, especialmente del sector agrícola, apoyando a los productores locales para que accedan a mercados extranjeros.

Ferias Comerciales y Marca Región:

- **Ferias Comerciales:** Cesar participa en eventos de comercialización que permiten proyectar sus productos en mercados nacionales e internacionales.
- **Marca Región:** El departamento promueve una identidad regional centrada en sus productos agrícolas, aunque no tiene una marca región específica.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales: Cesar participa en eventos académicos y de comercialización a nivel internacional, fortaleciendo su presencia en el escenario global. No se destacan premios internacionales en el plan de desarrollo del departamento.

Conclusiones

El departamento de Cesar ha avanzado en la promoción de sus productos agrícolas en mercados internacionales y en el apoyo a sus unidades productivas para participar en eventos de comercialización. Aunque ha asignado un presupuesto para la gestión de internacionalización, la ausencia de una marca territorial y de un órgano de vinculación exterior limita su potencial de proyección global.

Recomendaciones:

1. **Establecer un Órgano de Vinculación Exterior:** Crear una estructura específica que facilite la gestión de relaciones internacionales y la atracción de inversión extranjera.
2. **Desarrollar una Marca Territorial:** Implementar una marca para el departamento que resalte su producción agrícola y lo posicione como un destino atractivo en el mercado global.
3. **Fortalecer la Cooperación Internacional:** Buscar más alianzas y acuerdos internacionales para promover la competitividad y sostenibilidad de los sectores productivos.
4. **Organizar Más Eventos de Proyección Internacional:** Incrementar la oferta de eventos de comercialización y conferencias internacionales en Cesar para atraer interés y colaboración global.

Informe 6:

Análisis de Metas de Internacionalización en el Plan de Desarrollo de la Gobernación de La Guajira

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo

El departamento de La Guajira incluye en su plan de desarrollo la promoción de iniciativas comerciales mediante el fomento de clústeres y asociaciones que faciliten la inserción de productos locales en mercados nacionales e internacionales. La Guajira busca así fortalecer sus sectores económicos clave a través de la internacionalización.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

La Guajira, en el extremo norte de Colombia, posee una ubicación estratégica con acceso directo al Mar Caribe, lo que facilita el comercio y la exportación de sus productos. Además, cuenta con una diversidad cultural y étnica que enriquece sus proyectos de proyección internacional, especialmente en turismo y comercio.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento

Relaciones Bilaterales:

- **Hermanamientos:** No se identifican hermanamientos específicos en el plan de desarrollo de La Guajira.
- **Cooperación Internacional:** El departamento promueve la cooperación internacional para apoyar proyectos de desarrollo económico y social.
- **Inversión Extranjera:** La Guajira fomenta la atracción de inversión extranjera en sectores estratégicos como el turismo, la minería, y las energías renovables.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** La Guajira actualmente no participa en asociaciones internacionales ni redes de regiones.

1.3.2. Estructura Organizacional

Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior

No se menciona la existencia de un órgano específico para la gestión de relaciones internacionales en La Guajira, lo cual podría limitar la capacidad del departamento para coordinar alianzas y captar inversión.

Presupuesto para la Gestión Internacional

El departamento ha asignado un presupuesto para la gestión de actividades de internacionalización, permitiendo la organización y participación en ferias y eventos de carácter internacional.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: La Guajira implementa programas de promoción que buscan

posicionar sus productos en mercados internacionales a través del fortalecimiento de clústeres sectoriales.

Ferias Comerciales y Marca Región:

- **Ferias Comerciales:** El departamento participa activamente en ferias comerciales tanto nacionales como internacionales, promoviendo sus productos y servicios en el ámbito global.
- **Marca Región:** La Guajira desarrolla una identidad territorial que resalta su cultura y potencial turístico, aunque no se menciona una marca región específica.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales: La Guajira organiza y participa en eventos internacionales, contribuyendo a su visibilidad y posicionamiento. Sin embargo, no se destacan premios internacionales en su plan de desarrollo.

Conclusiones

El departamento de La Guajira ha tomado pasos importantes hacia la internacionalización mediante el fomento de clústeres comerciales y la participación en ferias internacionales. Su ubicación estratégica y sus recursos naturales y culturales le brindan ventajas en términos de proyección en mercados internacionales. La creación de un órgano específico para la vinculación exterior y el desarrollo de una marca territorial fortalecerían aún más su proceso de internacionalización.

Recomendaciones:

1. **Establecer un Órgano de Vinculación Exterior:** Crear una estructura dedicada a la gestión de relaciones internacionales para coordinar proyectos de cooperación y atracción de inversión.
2. **Desarrollar una Marca Territorial:** Implementar una marca que destaque la identidad única de La Guajira y promueva su atractivo turístico y comercial en el mercado global.
3. **Ampliar la Participación en Redes Internacionales:** Buscar membresías en asociaciones internacionales para fomentar la cooperación y el intercambio de conocimientos.

4. **Incrementar la Oferta de Eventos Internacionales:** Organizar más eventos en el territorio para promover el turismo y la inversión extranjera en sectores estratégicos.

Informe 7:

Análisis de Metas de Internacionalización en el Plan de Desarrollo de la Gobernación de San Andrés y Providencia

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo

El departamento de San Andrés y Providencia ha formulado un plan de desarrollo orientado a mejorar su posición como destino turístico competitivo, aprovechando fuentes de financiación provenientes de la cooperación internacional para la implementación de proyectos de inversión.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

San Andrés y Providencia, como archipiélago en el Caribe colombiano, tiene una ubicación estratégica para el desarrollo de actividades turísticas y comerciales. Su categoría de isla fronteriza le permite fortalecer relaciones internacionales y aprovechar oportunidades de cooperación y turismo transnacional.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento

Relaciones Bilaterales:

- **Hermanamientos:** Actualmente, no se registran hermanamientos específicos con otras ciudades o regiones en el plan de desarrollo.
- **Cooperación Internacional:** El departamento busca fuentes de financiación mediante cooperación internacional para proyectos en turismo y deporte, lo cual fortalece sus capacidades en estos sectores.

- **Inversión Extranjera:** San Andrés y Providencia promueve la atracción de inversión extranjera en áreas clave como el turismo deportivo y la organización de eventos de escala nacional e internacional.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** No se especifican membresías en asociaciones internacionales o redes de regiones en el plan de desarrollo.

1.3.2. Estructura Organizacional

Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior

No se menciona la existencia de un órgano formal de vinculación exterior para la gestión de relaciones internacionales en San Andrés y Providencia, lo cual podría ser un área de mejora para coordinar sus actividades de cooperación.

Presupuesto para la Gestión Internacional

El departamento ha asignado un presupuesto para la gestión de actividades internacionales, en especial para el desarrollo de estrategias que promuevan el turismo y mejoren su competitividad en el sector.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: San Andrés y Providencia no cuenta con programas específicos de promoción de comercio exterior, pero busca posicionarse mediante el fortalecimiento de su imagen como destino turístico.

Ferias Comerciales y Marca Región:

- **Ferias Comerciales:** El departamento participa en ferias y eventos nacionales e internacionales de turismo, lo que le permite mejorar su visibilidad y atraer visitantes.
- **Marca Región:** Se están implementando estrategias de marca que destacan a San Andrés y Providencia como destino turístico único, lo que fortalece su identidad en el mercado global.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales: San Andrés y Providencia organiza y participa en eventos de

turismo deportivo de escala internacional, aunque no se mencionan premios internacionales en el plan de desarrollo.

Conclusiones

El departamento de San Andrés y Providencia ha hecho progresos en su estrategia de internacionalización, enfocándose en la atracción de inversión y cooperación internacional para consolidarse como destino turístico competitivo. La implementación de una marca territorial y la organización de eventos de turismo deportivo son pilares clave en su posicionamiento internacional. Sin embargo, la falta de un órgano formal de vinculación exterior limita la efectividad en la coordinación de sus actividades internacionales.

Recomendaciones:

1. **Establecer un Órgano de Vinculación Exterior:** Crear una entidad dedicada a la gestión de relaciones internacionales que facilite la implementación de proyectos de cooperación y promoción.
2. **Fortalecer la Marca Territorial:** Continuar desarrollando estrategias de marca que resalten a San Andrés y Providencia como un destino turístico sostenible y diverso.
3. **Expandir la Participación en Redes Internacionales:** Explorar asociaciones con otras islas y regiones caribeñas para compartir conocimientos y atraer turismo.
4. **Desarrollar Programas Específicos de Comercio Exterior:** Implementar programas que promuevan productos y servicios locales en mercados internacionales, complementando su estrategia turística.

Informe 8:

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

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo

Sucre ha establecido un plan de desarrollo orientado al fortalecimiento de sus relaciones internacionales y la cooperación, buscando recursos a través de alianzas público-privadas para impulsar proyectos de alto impacto en turismo y negocios.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

Ubicado en la costa norte de Colombia, Sucre tiene una ubicación geográfica favorable que lo convierte en un destino potencial para el turismo y las actividades comerciales en el Caribe colombiano. Su proyección en el ámbito internacional puede beneficiarse de su cercanía a mercados de la región caribeña.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento

Relaciones Bilaterales:

- **Hermanamientos:** No se mencionan hermanamientos específicos en el plan de desarrollo.
- **Cooperación Internacional:** Sucre busca fortalecer sus relaciones internacionales mediante la cooperación y alianzas que contribuyan al desarrollo de sus subregiones.
- **Inversión Extranjera:** El departamento promueve la atracción de inversión extranjera en sectores clave, principalmente el turismo, con el fin de diversificar su economía y fortalecer su competitividad.
- **Convenios con otros actores subnacionales:** No se registran convenios específicos con otros actores subnacionales en el plan.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** No se especifica la participación en asociaciones internacionales, lo cual podría representar una oportunidad para Sucre de fortalecer su posicionamiento global.

1.3.2. Estructura Organizacional

Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior

El plan de desarrollo no indica la existencia de un órgano de vinculación exterior, lo cual podría representar una limitación en la gestión coordinada de sus relaciones internacionales.

Presupuesto para la Gestión Internacional

Sucre ha asignado un presupuesto específico para actividades de gestión internacional, facilitando el desarrollo de iniciativas de cooperación y promoción de inversiones.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: El departamento promueve activamente la internacionalización mediante la participación en eventos y ferias comerciales, buscando posicionar a Sucre como un destino atractivo para el turismo y los negocios.

Ferias Comerciales y Marca Región:

- **Ferias Comerciales:** Sucre organiza y participa en ferias internacionales, lo que le permite mejorar su visibilidad y atraer inversión y visitantes.
- **Marca Región:** Aunque no se menciona una marca territorial específica, el departamento realiza esfuerzos para promover sus distintas subregiones como destinos turísticos.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales: Sucre organiza eventos internacionales que contribuyen a su posicionamiento como destino turístico y de negocios, aunque no se destacan premios internacionales en su plan de desarrollo.

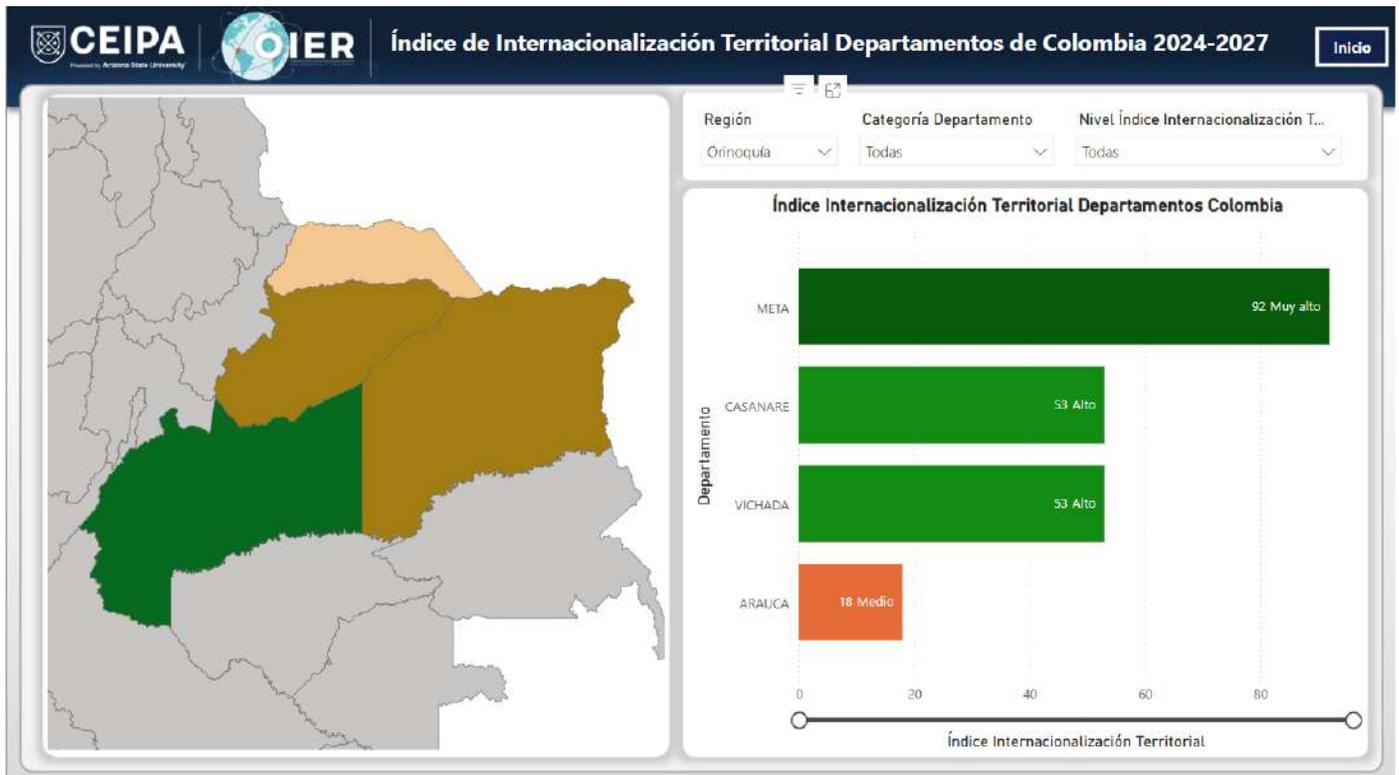
Conclusiones

El departamento de Sucre está comprometido con el fortalecimiento de sus relaciones internacionales y la atracción de inversión extranjera, especialmente en el sector turístico. La participación en ferias internacionales y la promoción de sus subregiones como destinos turísticos representan pasos importantes para posicionarse a nivel global. Sin embargo, la ausencia de un órgano formal de vinculación exterior y de una marca región pueden limitar su capacidad de gestión y proyección internacional.

Recomendaciones:

1. **Establecer un Órgano de Vinculación Exterior:** Crear una entidad dedicada a la gestión de relaciones internacionales para mejorar la coordinación y ejecución de sus proyectos de cooperación.
2. **Desarrollar una Marca Territorial:** Considerar el desarrollo de una marca que identifique a Sucre en el ámbito turístico y de negocios, resaltando sus características únicas.
3. **Ampliar Participación en Redes Internacionales:** Explorar la integración en asociaciones internacionales que apoyen sus objetivos de cooperación y visibilidad global.
4. **Expandir la Promoción de Comercio Exterior:** Desarrollar programas de promoción que fortalezcan la presencia de Sucre en mercados internacionales, especialmente en el turismo y la agroindustria.

Índice de Internacionalización Territorial Región Orinoquía



Informe 1:

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

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo

El departamento del Meta ha formulado un plan de desarrollo en el que destaca la colaboración con agencias de cooperación internacional, como USAID, GIZ, PNUD, la Embajada de Canadá y la ONU. La Secretaría de Competitividad es la encargada de coordinar la Política Pública de Internacionalización, enfocándose en el fomento de alianzas estratégicas y la participación de empresarios en encuentros de negocios.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

Meta es un departamento de gran biodiversidad y recursos naturales, lo cual le otorga un alto potencial para el desarrollo de proyectos de ecoturismo y sostenibilidad. Su posición geográfica facilita la promoción de sus rutas naturales como atractivos turísticos de gran valor en el contexto internacional.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento

Relaciones Bilaterales:

- **Hermanamientos:** No se identifican hermanamientos específicos en el plan de desarrollo de Meta.
- **Cooperación Internacional:** El departamento cuenta con el apoyo de diversas agencias internacionales para desarrollar proyectos de cooperación y sostenibilidad.

- **Inversión Extranjera:** Meta promueve la atracción de inversión extranjera en sectores estratégicos, incentivando la participación de empresas locales en ferias y encuentros comerciales.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** Meta participa en redes de cooperación que apoyan su desarrollo internacional, aunque no se especifican asociaciones concretas.

1.3.2. Estructura Organizacional

Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior

La Secretaría de Competitividad de Meta está a cargo de la coordinación de la internacionalización y relaciones exteriores, permitiendo una gestión estructurada de la cooperación y proyección global del departamento.

Presupuesto para la Gestión Internacional

El departamento ha asignado un presupuesto para la gestión de sus actividades de internacionalización, facilitando la implementación de proyectos y eventos internacionales.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: Meta impulsa programas de promoción de sus empresarios en encuentros de negocios a nivel nacional e internacional, mejorando su competitividad y visibilidad en mercados externos.

Ferias Comerciales y Marca Región:

- **Ferias Comerciales:** Meta participa en ferias comerciales y exposiciones que impulsan su industria turística y ambiental.
- **Marca Región:** Meta promueve su identidad a través de la marca “**Meta: Somos la Ruta Natural**”, enfocada en su riqueza natural y biodiversidad.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales: El departamento organiza y apoya eventos de alcance internacional que promueven su oferta turística y natural. No

se destacan premios internacionales en su plan de desarrollo.

Conclusiones

El departamento del Meta ha logrado avances en la internacionalización mediante la creación de alianzas estratégicas con agencias internacionales y el desarrollo de una identidad territorial enfocada en el turismo de naturaleza. La participación en eventos comerciales y la marca “Meta: Somos la Ruta Natural” fortalecen su proyección internacional. No obstante, la inclusión en redes internacionales y la creación de programas de promoción específicos para sectores productivos podrían aumentar su impacto.

Recomendaciones:

1. **Ampliar la Marca Territorial:** Continuar fortaleciendo la marca “Meta: Somos la Ruta Natural” en mercados internacionales, resaltando su biodiversidad.
2. **Incrementar la Participación en Redes Internacionales:** Explorar membresías en asociaciones internacionales de turismo y sostenibilidad.
3. **Desarrollar Programas de Promoción para Sectores Estratégicos:** Crear programas específicos de promoción en sectores como el ecoturismo y la agroindustria.
4. **Consolidar la Organización de Eventos Internacionales:** Organizar eventos adicionales en el territorio que promuevan el turismo y la inversión extranjera, resaltando sus paisajes naturales y sostenibles.

Informe 3:

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

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo

El departamento de Vichada ha estructurado su plan de desarrollo con un enfoque en la internacionalización y

cooperación técnica para avanzar en el desarrollo regional, promoviendo actividades que faciliten el acceso a tecnología y capacitación.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

Ubicado en una región fronteriza y de baja densidad poblacional, Vichada enfrenta desafíos en términos de infraestructura y conectividad, lo cual limita su competitividad. Sin embargo, la proximidad a fronteras abre oportunidades para el comercio exterior y la cooperación transfronteriza.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento

Relaciones Bilaterales:

- **Hermanamientos:** No se mencionan hermanamientos específicos en el plan de desarrollo.
- **Cooperación Internacional:** El departamento se enfoca en fortalecer la cooperación internacional con el objetivo de obtener transferencia tecnológica y capacitación, elementos clave para su desarrollo.
- **Inversión Extranjera:** Vichada está trabajando en atraer inversión extranjera que facilite la internacionalización de sus productos y servicios.
- **Convenios con otros actores subnacionales:** No se especifican convenios con actores subnacionales en el plan.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** Actualmente, Vichada no participa en asociaciones internacionales, lo cual limita su integración y visibilidad en redes globales de cooperación.

1.3.2. Estructura Organizacional

Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior

El departamento no cuenta con un órgano específico de vinculación exterior, lo que podría ser una barrera para

una gestión eficiente de la cooperación internacional y la implementación de proyectos de internacionalización.

Presupuesto para la Gestión Internacional

Vichada ha asignado recursos para su gestión internacional, lo cual muestra el compromiso del departamento para fortalecer sus capacidades de cooperación e inversión en proyectos de desarrollo.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: Vichada implementa programas orientados a facilitar la internacionalización de sus productos mediante estudios de mercado y asistencia técnica para mejorar el acceso a mercados externos.

Ferias Comerciales y Marca Región:

- **Ferias Comerciales:** El departamento participa en ferias comerciales, lo que permite aumentar la visibilidad de sus productos en mercados internacionales.
- **Marca Región:** Vichada no cuenta actualmente con una marca región definida que resalte sus atributos diferenciadores en el mercado internacional.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales: Vichada organiza eventos internacionales que permiten la creación de vínculos comerciales y la promoción de sus productos, aunque no se mencionan premios internacionales.

Conclusiones

El departamento de Vichada ha dado pasos importantes hacia la internacionalización mediante la promoción de la cooperación internacional y el desarrollo de capacidades locales para el acceso a mercados extranjeros. Aun así, la creación de una estructura organizativa que facilite la vinculación exterior y el desarrollo de una marca territorial podrían fortalecer significativamente su posicionamiento.

Recomendaciones:

1. **Establecer una Marca Territorial Distintiva:** Desarrollar una identidad de marca que resalte las cualidades de Vichada, posicionándolo como

un destino de negocios atractivo en temas de sostenibilidad y transferencia de tecnología.

2. **Fortalecer la Estructura Organizacional:** Crear un órgano dedicado a las relaciones exteriores que gestione las actividades de cooperación e inversión internacional de manera eficiente.
3. **Expandir Participación en Redes Internacionales:** Buscar membresías en redes y asociaciones internacionales para mejorar su visibilidad y oportunidades de cooperación.
4. **Aumentar la Asistencia Técnica para Internacionalización:** Continuar promoviendo estudios de mercado y asistencia técnica que permitan a las empresas locales una entrada efectiva en mercados internacionales.

Informe 4:

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

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo

Actualmente, el departamento de Arauca no cuenta con un plan de desarrollo que detalle explícitamente una estrategia de internacionalización. Sin embargo, se reconoce la importancia de establecer alianzas estratégicas y acuerdos de cooperación para fortalecer la oferta de programas y proyectos de impacto internacional.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

Arauca es un departamento fronterizo que comparte límites con Venezuela, lo que le brinda oportunidades para fortalecer la cooperación transfronteriza. Esta ubicación permite un potencial estratégico para la integración regional, aunque el desarrollo de iniciativas en este ámbito aún es limitado.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamento

Relaciones Bilaterales:

- **Hermanamientos:** No se identifican hermanamientos específicos en el plan de Arauca.
- **Cooperación Internacional:** Arauca ha expresado su interés en fortalecer alianzas o acuerdos de cooperación con entidades internacionales, enfocándose en ampliar la oferta de programas disponibles para la población.
- **Inversión Extranjera:** No se identificaron iniciativas para atraer inversión extranjera en el plan actual.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** El departamento no participa en asociaciones internacionales ni redes de regiones.

1.3.2. Estructura Organizacional

Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior

Arauca carece de un órgano de vinculación exterior formal que gestione las relaciones internacionales y facilite la cooperación internacional.

Presupuesto para la Gestión Internacional

No se asigna presupuesto específico para la gestión de la internacionalización en el departamento, lo cual representa una limitación para desarrollar capacidades institucionales en este ámbito.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: El departamento de Arauca no cuenta con programas específicos de promoción para la internacionalización en su plan de desarrollo.

Ferias Comerciales y Marca Región:

- **Ferias Comerciales:** No se identifican ferias comerciales con enfoque internacional en el plan.

- **Marca Región:** Se plantea el desarrollo de una identidad de marca regional para Arauca, lo que puede contribuir a mejorar su posicionamiento en el contexto nacional e internacional.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales: No se mencionan eventos internacionales ni metas relacionadas con premios internacionales en el plan de desarrollo de Arauca.

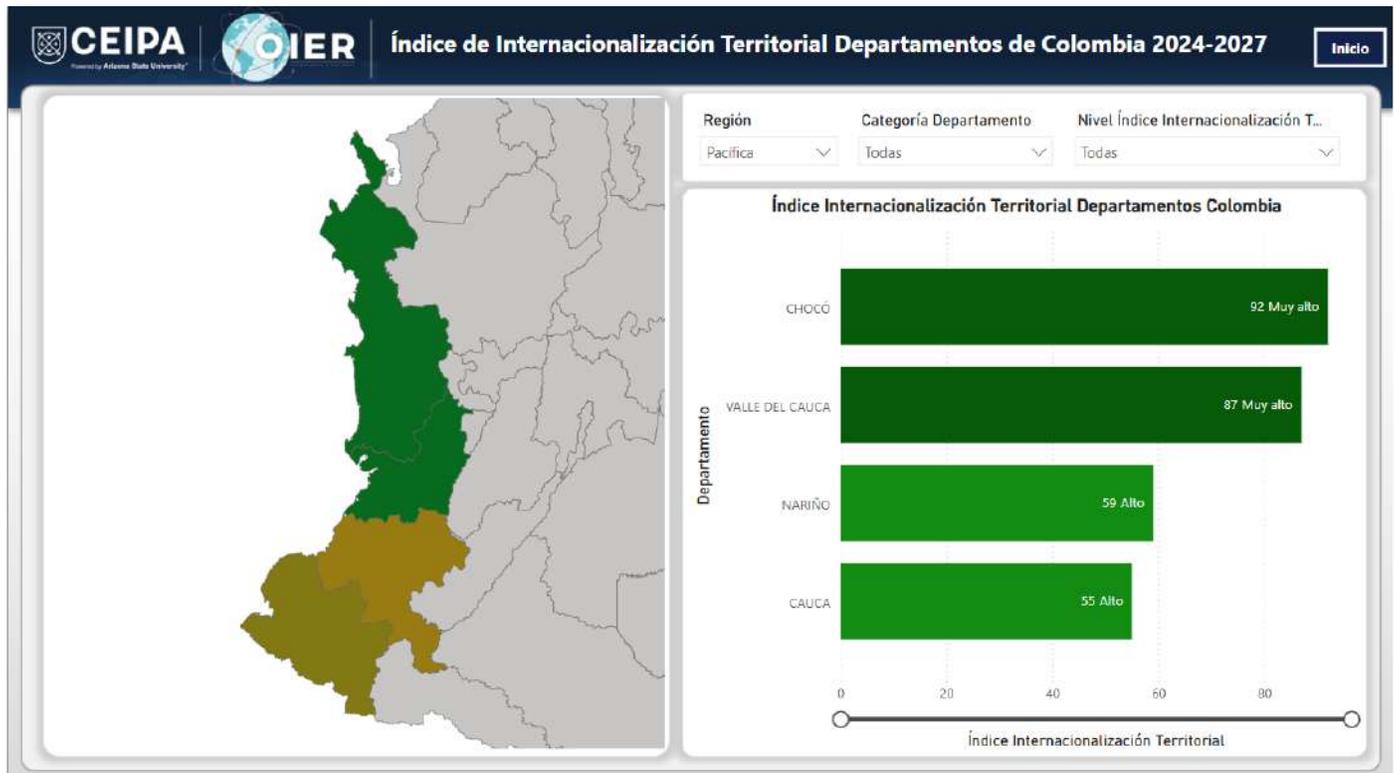
Conclusiones

El departamento de Arauca muestra una intención de fortalecer la cooperación internacional, especialmente a través de acuerdos de colaboración con entidades extranjeras, pero carece de una estructura y financiamiento sólidos para la internacionalización. La creación de una identidad de marca para el departamento podría ser un paso positivo para mejorar su visibilidad y atractivo, aunque es necesario avanzar en otros aspectos de la gestión internacional.

Recomendaciones:

1. **Fortalecer Alianzas Internacionales:** Continuar trabajando en la formalización de alianzas y acuerdos de cooperación internacional para ampliar la oferta de programas.
2. **Desarrollar Capacidades Institucionales:** Crear un órgano de vinculación exterior que gestione relaciones internacionales de manera formal.
3. **Asignar Recursos para la Internacionalización:** Asignar un presupuesto específico para actividades de cooperación e internacionalización.
4. **Impulsar la Identidad de Marca Regional:** Consolidar la marca del departamento para posicionarlo como un socio atractivo en el ámbito nacional e internacional.

Índice de Internacionalización Territorial Región Pacífica



Informe 1:

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

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo

El departamento de Chocó cuenta con un plan de desarrollo que busca fortalecer su estructura institucional para gestionar y recibir cooperación internacional de manera efectiva. La Oficina de Jefatura de Gabinete es la encargada de coordinar los asuntos de cooperación internacional.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

Chocó, con acceso tanto al océano Pacífico como al mar Caribe, tiene una ubicación geográfica privilegiada que facilita su proyección en el comercio internacional y en la cooperación transfronteriza. Esta posición estratégica le permite desarrollar relaciones con países de América Latina y Asia.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento

Relaciones Bilaterales:

- **Hermanamientos:** No se identifican hermanamientos específicos en el plan de desarrollo de Chocó.
- **Cooperación Internacional:** El departamento está enfocado en atraer y gestionar cooperación internacional, especialmente a través de la Oficina de Jefatura de Gabinete.

- **Inversión Extranjera:** Chocó promueve la atracción de inversión extranjera en sectores clave de su economía.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** Chocó participa en asociaciones internacionales que facilitan el intercambio de conocimientos y la integración en redes de cooperación.

1.3.2. Estructura Organizacional

Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior

La Oficina de Jefatura de Gabinete es responsable de la coordinación de la cooperación internacional, lo que le permite a Chocó gestionar sus relaciones internacionales y recibir asistencia externa para el desarrollo de proyectos.

Presupuesto para la Gestión Internacional

Chocó ha asignado un presupuesto para la gestión de la internacionalización, lo que facilita la ejecución de programas de cooperación y posicionamiento en el ámbito global.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: El departamento ha implementado el "Sello Chocó", una estrategia de marca para promover sus productos en mercados internacionales, buscando así fortalecer el reconocimiento de sus productos en el extranjero.

Ferias Comerciales y Marca Región:

- **Ferias Comerciales:** Chocó participa activamente en ferias comerciales internacionales para dar a conocer sus productos y atraer inversión.
- **Marca Región:** La marca "Sello Chocó" ayuda a consolidar la identidad del departamento y promueve su producción local en el mercado internacional.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales:

Chocó organiza y participa en eventos internacionales que promueven su riqueza cultural y su biodiversidad.

Sin embargo, no se destacan premios internacionales en su plan de desarrollo.

Conclusiones

El departamento de Chocó ha avanzado en su proceso de internacionalización a través del fortalecimiento de su estructura institucional y la promoción de su marca territorial "Sello Chocó." La participación en ferias y la implementación de estrategias para atraer cooperación internacional reflejan su compromiso con la proyección global.

Recomendaciones:

1. **Consolidar el Órgano de Vinculación Exterior:** Fortalecer la Oficina de Jefatura de Gabinete como un órgano dedicado a la gestión de relaciones internacionales.
2. **Ampliar la Marca Territorial:** Continuar desarrollando el "Sello Chocó" y explorar nuevos mercados para los productos del departamento.
3. **Incrementar Alianzas de Cooperación Internacional:** Buscar nuevos acuerdos y redes de cooperación internacional para recibir asistencia y financiamiento en áreas estratégicas.
4. **Organizar Más Eventos Internacionales en el Territorio:** Incrementar la oferta de eventos internacionales en Chocó para atraer atención global hacia su cultura y biodiversidad.

Informe 2:

Análisis de Metas de Internacionalización en el Plan de Desarrollo de la Gobernación de Valle del Cauca

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo

Valle del Cauca ha desarrollado un plan de internacionalización enfocado en fortalecer su presencia en la economía regional, con iniciativas como su participación en la

Alianza del Pacífico y el desarrollo de proyectos de cooperación internacional para promover inversiones en empresas con impacto social, económico y ambiental.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

Situado en el suroccidente colombiano, el Valle del Cauca es un punto estratégico de comercio y conectividad en el Pacífico colombiano. Su ubicación facilita el acceso a mercados internacionales, especialmente en la región del Pacífico, fortaleciendo su competitividad global.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento

Relaciones Bilaterales:

- **Hermanamientos:** No se mencionan hermanamientos específicos en el plan de desarrollo.
- **Cooperación Internacional:** Valle del Cauca promueve activamente la cooperación internacional para atraer inversión en empresas de triple impacto, generando modelos de cofinanciación público-privada, como los Matching Grants.
- **Inversión Extranjera:** El departamento se enfoca en atraer inversión extranjera que fortalezca el ecosistema empresarial, especialmente en sectores que contribuyan a su desarrollo sostenible.
- **Convenios con otros actores subnacionales:** Se han establecido convenios con actores subnacionales para incrementar la competitividad del departamento a través de alianzas estratégicas.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** Valle del Cauca es miembro de varias asociaciones internacionales, incluyendo su participación en la Alianza del Pacífico, lo que permite fortalecer sus vínculos y aumentar su influencia en el ámbito regional.

1.3.2. Estructura Organizacional

Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior

El departamento cuenta con una estructura organizacional que facilita la gestión de relaciones internacionales, permitiendo ejecutar alianzas y desarrollar proyectos de cooperación que incrementen su competitividad.

Presupuesto para la Gestión Internacional

Valle del Cauca ha asignado un presupuesto significativo para la gestión de actividades internacionales, lo cual apoya la implementación de sus estrategias de cooperación y promoción.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: Valle del Cauca desarrolla programas de promoción que permiten destacar su competitividad en comercio exterior, especialmente en sectores con alto potencial de exportación.

Ferias Comerciales y Marca Región:

- **Ferias Comerciales:** El departamento participa en ferias comerciales y eventos de exposición para posicionar sus productos en mercados internacionales.
- **Marca Región:** Valle del Cauca ha trabajado en fortalecer su identidad como un punto clave de desarrollo en la región Pacífico, aunque no se menciona una marca territorial específica.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales: Valle del Cauca organiza y participa en eventos internacionales, lo cual apoya su posicionamiento y visibilidad global. No se especifican premios internacionales en su plan de desarrollo.

Conclusiones

Valle del Cauca ha logrado avances significativos en su estrategia de internacionalización mediante su integración en la Alianza del Pacífico y el desarrollo de alianzas de cooperación internacional. Su enfoque en atraer inversión para empresas de triple impacto y en promover modelos de cofinanciación público-privada refuerza su capacidad para competir globalmente. Sin embargo, el desarrollo de una marca territorial clara podría consolidar aún más su identidad en el ámbito internacional.

Recomendaciones:

1. **Formalizar más Hermanamientos Internacionales:** Explorar oportunidades de hermanamientos que fortalezcan las relaciones bilaterales y la cooperación cultural y económica.
2. **Desarrollar una Marca Territorial Distintiva:** Crear una marca territorial que resalte la identidad única de Valle del Cauca y sus ventajas competitivas.
3. **Ampliar la Cooperación en Sectores Estratégicos:** Continuar fortaleciendo alianzas en sectores de triple impacto para atraer inversión sostenible.
4. **Aumentar la Participación en Redes Internacionales:** Fortalecer la inserción del departamento en redes y asociaciones internacionales que potencien su competitividad.

Informe 3:**Análisis de Metas de Internacionalización en el Plan de Desarrollo de la Gobernación de Nariño****1. Dimensiones de Internacionalización Territorial****1.1. Dimensión de Política Pública****Plan de Desarrollo**

El departamento de Nariño ha diseñado una Estrategia de Internacionalización que incluye convenios de hermanamiento con diversos territorios extranjeros. Estos convenios cubren áreas como el intercambio cultural, proyectos de inversión en infraestructura y agroindustria, y programas de educación en idioma mandarín y educación superior.

1.2. Dimensión Contextual**Localización y Categoría del Departamento**

Nariño es un departamento fronterizo con Ecuador, lo cual facilita las relaciones bilaterales y proyectos de cooperación con su vecino del sur. Esta cercanía permite el desarrollo de programas conjuntos de integración y fortalece su rol en el comercio y el intercambio cultural a nivel binacional.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial**1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento****Relaciones Bilaterales:**

- **Hermanamientos:** Nariño tiene convenios de hermanamiento con la República Popular China (provincia de Guizhou) y ha formalizado acuerdos con países del Caribe, Medio Oriente, Asia Pacífico y Europa. También mantiene lazos de cooperación con Ecuador mediante el Plan Binacional de Integración Fronteriza (PBIFEC) y el hermanamiento OZIFEC.
- **Cooperación Internacional:** El departamento promueve activamente la cooperación en áreas clave como infraestructura, agroindustria, y educación, apoyándose en convenios internacionales.
- **Inversión Extranjera:** Nariño busca atraer inversión extranjera mediante estos convenios, enfocados en proyectos de desarrollo en sectores estratégicos.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** Nariño participa en redes y asociaciones que le permiten intercambiar experiencias y conocimientos con otras regiones y países.

1.3.2. Estructura Organizacional**Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior**

Nariño cuenta con la Oficina de Asuntos Internacionales y Cooperación, responsable de coordinar sus relaciones exteriores y gestionar los proyectos de cooperación internacional.

Presupuesto para la Gestión Internacional

El departamento ha destinado un presupuesto para la gestión de su estrategia de internacionalización, asegurando recursos para la implementación de sus proyectos y convenios internacionales.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización: Nariño no cuenta con programas específicos para la promoción de comercio exterior, aunque sus convenios de

cooperación contribuyen a su posicionamiento en sectores como infraestructura y agroindustria.

Ferias Comerciales y Marca Región:

- **Ferias Comerciales:** No se mencionan ferias comerciales específicas para el impulso de productos locales en mercados internacionales.
- **Marca Región:** Aunque Nariño no tiene una marca región específica, su participación en convenios y proyectos binacionales le da una identidad en el contexto internacional.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales: Nariño no organiza eventos de alcance internacional dentro de su territorio, ni se mencionan premios internacionales en su plan de desarrollo.

Conclusiones

El departamento de Nariño ha logrado importantes avances en su proceso de internacionalización mediante convenios de hermanamiento con regiones extranjeras y una estrategia de cooperación internacional bien estructurada. Su cercanía a Ecuador le otorga ventajas adicionales para proyectos de integración binacional. No obstante, el fortalecimiento de programas específicos de promoción y el desarrollo de una marca territorial formal podrían potenciar su presencia en el ámbito internacional.

Recomendaciones:

1. **Desarrollar una Marca Territorial:** Crear una identidad para Nariño que resalte sus proyectos de integración y su potencial en agroindustria e infraestructura.
2. **Ampliar la Promoción de Sectores Productivos Internacionalmente:** Considerar la implementación de programas específicos que impulsen sectores estratégicos en el contexto global.
3. **Incrementar la Participación en Redes Internacionales:** Explorar nuevas asociaciones que permitan a Nariño intercambiar experiencias y expandir su red de cooperación.

4. **Organizar Eventos Internacionales para Promover la Región:** Desarrollar eventos que fortalezcan la imagen del departamento y su atracción para inversión extranjera en sectores como turismo y agroindustria.

Informe 4:

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

1. Dimensiones de Internacionalización Territorial

1.1. Dimensión de Política Pública

Plan de Desarrollo

El departamento de Cauca cuenta con un plan de desarrollo orientado a promover la internacionalización, con una estrategia que incluye el apoyo a empresas locales para comercializar sus productos en mercados internacionales y la dinamización de la mesa de internacionalización departamental.

1.2. Dimensión Contextual

Localización y Categoría del Departamento

Cauca, aunque no es un departamento fronterizo, posee una riqueza cultural y biodiversidad significativas que lo convierten en un actor relevante en el ámbito de promoción internacional, especialmente en sectores de ecoturismo y productos agroindustriales.

1.3. Instrumentos de Internacionalización Territorial

1.3.1. Instrumentos de Relacionamiento

Relaciones Bilaterales:

- **Hermanamientos:** No se identifican hermanamientos específicos en el plan de desarrollo de Cauca.
- **Cooperación Internacional:** Cauca fomenta la cooperación internacional para apoyar el desarrollo de empresas y la comercialización de productos locales en el extranjero.
- **Inversión Extranjera:** El departamento busca atraer inversión extranjera que apoye sus proyectos de desarrollo económico y social.

Relaciones Multilaterales:

- **Membresía en Asociaciones Internacionales:** Cauca no participa en asociaciones internacionales o redes de regiones, aunque tiene oportunidades para establecer vínculos en sectores como el turismo y la biodiversidad.

1.3.2. Estructura Organizacional

Existencia de un Órgano de Vinculación Exterior

Cauca cuenta con un órgano de vinculación exterior que facilita la coordinación de actividades de internacionalización y apoyo a empresas en su proyección global.

Presupuesto para la Gestión Internacional

No se ha asignado un presupuesto específico para la gestión de internacionalización, lo cual podría limitar el alcance de sus actividades de cooperación y promoción internacional.

1.3.3. Instrumentos de Posicionamiento

Programas de Promoción de Internacionalización:

Cauca implementa programas que apoyan a empresas locales en la promoción y comercialización de sus productos en mercados internacionales, fortaleciendo la competitividad del departamento en el escenario global.

Ferias Comerciales y Marca Región:

- **Ferias Comerciales:** Cauca participa en ferias comerciales tanto nacionales como internacionales, como FITUR en España y el Congreso Internacional de Aves, lo que impulsa su visibilidad en el exterior.
- **Marca Región:** El departamento no cuenta con una marca región establecida, lo cual podría ser una herramienta para mejorar su posicionamiento.

Eventos Internacionales y Premios Internacionales:

Cauca organiza y participa en eventos internacionales que resaltan su biodiversidad y cultura, lo que contribuye a su posicionamiento en el ámbito global. No se mencionan premios internacionales específicos en el plan de desarrollo.

Conclusiones

El departamento de Cauca ha logrado avances importantes en la internacionalización de sus empresas y la promoción de sus productos en el exterior. Su participación en ferias internacionales y el apoyo a empresas locales en la comercialización global refuerzan su estrategia de internacionalización. No obstante, la falta de un presupuesto específico y de una marca territorial limitan su potencial para posicionarse con mayor fuerza.

Recomendaciones:

1. **Asignar un Presupuesto para Internacionalización:** Establecer fondos específicos que permitan fortalecer los programas de promoción y apoyo internacional.
2. **Desarrollar una Marca Territorial:** Crear una marca para Cauca que destaque sus atractivos únicos y potencie su identidad en el ámbito internacional.
3. **Ampliar Participación en Redes Internacionales:** Explorar oportunidades de membresía en redes y asociaciones internacionales para fortalecer los lazos de cooperación.
4. **Organizar Más Eventos Internacionales:** Aprovechar la biodiversidad del departamento para organizar más eventos y atraer turismo ecológico y sostenible.

Boletín OIER

Observatorio de Internacionalización Empresarial y Regional.



CEIPA

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