



GOBERNACIÓN DEL TOLIMA
NIT:800.113.672 - 7
SECRETARIA DE DESARROLLO ECONOMICO



PLAN DE DESARROLLO
“CON SEGURIDAD EN EL TERRITORIO 2024 – 2027”

PLAN ESTRATEGICO PARA IMPLEMENTAR 1 (una) ESTRATEGIA DE ATRACCÓN DE INVERSIÓN PARA EL DEPARTAMENTO DEL TOLIMA A TRAVÉS DE LA VENTANILLA ÚNICA DE TRÁMITES EN EL MARCO DE LA ESTRATÉGIA DE TOLIMA CENTRO DE INVERSIÓN. P2S35MP10 VIGENCIA 2024 – 2027

SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO
DIRECCIÓN DE ASUNTOS INTERNACIONALES, INDUSTRIA Y COMERCIO
2024



INTRODUCCIÓN

Países y regiones de todo el mundo compiten por ser el mejor destino para que los empresarios inviertan sus recursos, para ello, existen diferentes acciones desarrolladas por los entes citados anteriormente que les permiten estar preparados para la llegada de estos capitales, estas acciones van desde la infraestructura, la educación, los servicios básicos hasta incentivos tributarios otorgados a los inversores para establecerse en el territorio.

Lo que buscan las regiones en esencia es poder generar desarrollo a sus economías a través de la generación de más y mejor empleo, captar divisas, incentivar la transferencia de nuevas tecnologías, impulsar el comercio internacional, mejorar las condiciones económicas de sus ciudadanos y mejorar la competitividad, entre otros aspectos.

Según la Comisión económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2007). *“Existen cuatro categorías para caracterizar las motivaciones de las empresas que han invertido en América Latina y el Caribe:*

- i) Inversión que busca materias primas.*
- ii) Inversión que busca acceder a nuevos mercados.*
- iii) Inversión que busca producir con eficiencia para la conquista de terceros mercados.*
- iv) Inversión que busca algún activo o elemento estratégico.”*

Por lo anterior, es clave hacer una revisión rigurosa de las ventajas competitivas y/o comparativas del departamento del Tolima para establecer cuál es el perfil de las inversiones que se requieren para el desarrollo de la región, definir cuáles son las intervenciones necesarias en términos de su competitividad, es decir, trabajar en los 4 pilares definidos con el consejo privado de competitividad a través del IDC (Índice de competitividad) que son: Condiciones habilitantes, capital humano, eficiencia de los mercados y ecosistema innovador.

De manera paralela se debe ir preparando varias acciones tendientes a visibilizar el territorio, para este caso, Procolombia hace unas recomendaciones valiosas que muestran una ruta expedita para lograr el propósito de atraer inversiones a las regiones, a continuación, cito textualmente.

“Este manual de las regiones representa el tercer entregable de la consultoría realizada por Wavteq para ProColombia bajo el contrato BID 32 de 2022 (Procolombia, BID, Wabteq, 2022)”

“ProColombia ha desarrollado el siguiente proceso de 10 pasos para atraer la IED a las regiones⁵, la mayoría de los cuales están contemplados en este manual o en el informe de diagnóstico:



1. *Generar y consolidar un mecanismo de coordinación y articulación regional de alto nivel.*
2. *Identificar las fortalezas de la región para hacer negocios.*
3. *Identificar los sectores más propicios para hacer negocios.*
4. *Identificar las brechas, cuellos de botella o necesidades que pueden impactar los negocios en la región. Es importante mapear las oportunidades de mejora del clima de negocios en la región, se trate de mejoras regulatorias o administrativas.*
5. *Elaborar una propuesta de valor de la región, es decir, lo que la región tiene para ofrecer a empresarios e inversionistas para que establezcan sus negocios.*
6. *Investigar tendencias en los intereses de los inversionistas. ProColombia ofrece a las regiones información sobre los intereses de inversión de los diferentes mercados, así como la posibilidad de llevar su oferta al exterior.*
7. *Mapear e identificar proyectos de inversión en la región. Existen inversionistas extranjeros que buscan proyectos de Alianzas Público-Privadas en las que puedan invertir.*
8. *Analizar, diseñar e implementar beneficios tributarios regionales para las inversiones u otro tipo de incentivos.*
9. *Diseñar y ejecutar una estrategia de promoción de la mano con ProColombia.*
10. *Incorporar un mecanismo especial de atención para el inversionista instalado.*

Dicho lo anterior, el presente documento muestra una estrategia muy concreta que se centra en dos temas fundamentales para lograr el propósito de atraer inversión a nuestro departamento, el primer tema se centra en garantizar un punto de contacto a través de la VUI con los potenciales inversionistas interesados en la región y el segundo tema busca garantizar el método correcto para comunicar y visibilizar la región como destino de inversión.

1. Objetivo General

Implementar 1 (una) estrategia de atracción de la inversión para el Departamento del Tolima a través de la Ventanilla única de trámites en el marco de la estrategia Tolima Centro de Inversiones.

2. Objetivos Estratégicos.

- Participar en la ventanilla única del inversionista (VUI) del MINICIT con el propósito de visibilizar proyectos de interés para los potenciales inversores en la región.
- Diseñar e implementar el plan de marketing territorial para el departamento del Tolima.

3. Actividades.



Acción 1: Articular todos los actores para participar la VUI.

Actividades:

1. Convocar al ministerio de industria comercio y turismo para conocer los requisitos para participar de la VUI.
2. Convocar las 3 cámaras de comercio (Cámara de comercio de Ibagué, Cámara de comercio del norte del Tolima y Cámara de comercio del sur oriente del Tolima) para que participen en la implementación de la VUI.
3. Diseñar instrumento para recolección de información de los proyectos que se desarrollarán en el departamento del Tolima por el sector público, privado y la academia.
4. Convocar las alcaldías del departamento para socializar los beneficios de participar en la VUI y el instrumento de recolección de los proyectos de cada municipio.
5. Clasificar los proyectos de mayor impacto para el departamento del Tolima en el seno de la mesa "Tolima centro de inversión" con el propósito de incorporarlos a la VUI de MINCIT.

Acción 2: Definir el plan de marketing territorial para el departamento del Tolima en el marco de Tolima centro de inversión.

Actividades:

1. Elaborar el diagnóstico del territorio teniendo en cuenta los documentos existentes y disponibles en la mesa "Tolima centro de inversión" con el fin de identificar las prioridades de para el departamento del Tolima.
2. Definir la propuesta de valor y la marca región con el acompañamiento de un experto en la materia según las prioridades del departamento del Tolima.
3. Implementar el respectivo plan de comunicación y promoción del territorio.
4. Explorar los mecanismos de zona franca que se ajusten a las necesidades de la región para facilitar la atracción de inversión al territorio.
5. Cronograma Cuatrienal

Anexo 1. Plan de acción para la implementación de la estrategia de atracción de inversión para el departamento del Tolima. P2S35MP10

1. Indicadores de éxito
 - No. De estrategias formuladas e implementadas



2. Actores a Vincular:

- Gobernación del Tolima, Cámaras de comercio, Gremios económicos, Alcaldías del departamento del Tolima, Instituciones de educación superior, Ministerio de industria, comercio y turismo.

Anexo 2. Documento base de Tolima centro de inversión como base para la construcción de la estrategia de atracción de inversión.

6. Referencias

<https://procolombia.co/publicaciones/manual-de-buenas-practicas-para-la-inversion-en-las-regiones>

https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/4572/S0700049_es.pdf
"s0700049_es, pdf, www, cepal, org"

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

<https://compite.com.co/indice-departamental-de-competitividad/>

MARIA DEL PILAR GIRALDO RAMIREZ
Directora de Asuntos internacionales, Industria y Comercio
Secretaría de Desarrollo Económico

Elaborado por: Omar Espinosa, Oscar Diaz y Andres Osorio, Contratistas DAIIC.

Revisado por: Nayith Ruiz Campuzano - TO SDE