

INVITACIÓN A EXPRESAR INTERÉS PARA SERVICIOS DE CONSULTORÍA

<u>País:</u>	República de Colombia
<u>Proyecto:</u>	Programa de Apoyo a la Diversificación e Internacionalización de la Economía Colombiana
<u>Operación No.:</u>	Contrato de Préstamo BID No. 4929/OC-CO
<u>Tipo de Contratación:</u>	Servicios de Consultoría
<u>Adquisición No.:</u>	IECOL-23-SCC-CF
<u>Proceso de Selección:</u>	<i>EXPRESIONES DE INTERÉS - Fortalecer las capacidades técnicas de ProColombia, agencias de promoción regional de inversión (APRI) y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de entrenamientos especializados dirigidos a la concreción efectiva de leads de inversión.</i>

El 9 de marzo del 2020, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (en adelante MinCIT) suscribió con el Banco Interamericano de Desarrollo (en adelante el BID), el Contrato de Préstamo No. 4929/OC-CO “Programa de Apoyo a la Diversificación e Internacionalización de la Economía Colombiana”, (en adelante el Programa), que tiene por objetivo general contribuir a una mayor diversificación e internacionalización de la economía colombiana para impulsar el crecimiento económico del país. El Programa asciende a USD \$24 millones, con un periodo de desembolso de cinco años.

El Programa consta de dos componentes. El Componente I. “Promoción de las exportaciones de los Servicios Basados en Conocimiento (SBC)” y el Componente II. de “Atracción y Facilitación de Inversión Extranjera Directa (en adelante IED)”.

Este segundo Componente, por USD \$10 millones, busca incrementar los flujos de IED de eficiencia, a través de la implementación y uso de nuevas herramientas para la agilización de trámites, y la promoción y atracción de inversiones. Este componente financiará, entre otros, el diseño e implementación de nuevas herramientas de promoción y atracción de IED de eficiencia y el fortalecimiento institucional del MinCIT, ProColombia y otras entidades vinculadas al Programa en buenas prácticas y metodologías de atracción de inversión.

La implementación y ejecución de este programa de préstamo estará a cargo del MinCIT, bajo el liderazgo del Viceministerio de Comercio Exterior (en adelante VCE) y con el apoyo técnico de ProColombia y Colombia Productiva. Para cumplir con su función, el MinCIT ha estructurado una Unidad Coordinadora del Programa (en adelante UCP) encargada de la coordinación, planificación y monitoreo técnico y fiduciario del Programa. Adicionalmente, se cuenta con el apoyo de la Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior (en adelante Fiducoldex S.A.) para la gestión de adquisiciones y financiera del Programa.

El desarrollo y ejecución de la presente consultoría será liderada por ProColombia, entidad encargada de posicionar a Colombia en el mundo como un destino atractivo para la inversión extranjera directa y el turismo internacional, y como proveedor de productos y servicios de clase mundial, contribuyendo al crecimiento sostenible y a la construcción de un país con legalidad, emprendimiento y equidad.

Componente de Atracción de Inversión Extranjera Directa

Entre 2017 y 2018, el MinCIT estableció unos lineamientos de política complementarios a la política marco del gobierno nacional en materia de atracción de IED. Estos lineamientos parten de hallazgos de diferentes estudios y análisis llevados a cabo en los últimos años respecto al comportamiento de la IED en Colombia. En breve, los lineamientos buscan enfocar la política de manera estratégica y proactiva en la atracción de IED de alto impacto para la productividad.

En el desarrollo de dichos lineamientos, se encontró que la IED que ha recibido Colombia no ha sido del tipo que reporta los mejores beneficios. La aparente debilidad de Colombia para atraer el tipo de IED de mejor calidad contribuye (o al menos no ayuda a solucionar) problemas propios del país como la concentración de la oferta exportadora, los niveles de productividad bajos, las limitadas transferencias de tecnología y conocimiento y, en general, una baja inserción de la economía nacional en las Cadenas Globales de Valor (en adelante CGV).

Teniendo en cuenta lo anterior, el MinCIT concluye que existe una necesidad de centrar esfuerzos de forma proactiva y focalizada en el objetivo expreso de atraer IED para la mejora de los niveles de productividad del país. Estos esfuerzos proactivos de atracción deben trascender la sola búsqueda de 'la inversión por la inversión' y verse más decididamente como un instrumento para la consecución de un objetivo de política de desarrollo concreto: la mejora de la productividad.

Para ello, se ha fijado como línea de política, la atracción de IED en búsqueda de eficiencia, es decir aquella cuya motivación está enmarcada en una tendencia hacia la fragmentación de la producción buscando reducir los costos de producción en un entorno comparativo. Este tipo de inversión tiene el mayor potencial transformador por su capacidad para diversificar la economía insertándola en las CGV (UNCTAD 2013). En efecto, al buscar eficiencias, puede coadyuvar a que las unidades productoras, los sectores y las regiones aumenten su productividad, se generen empleos de calidad y se aporte un mayor valor agregado a los procesos de producción, generando sofisticación productiva y promoviendo entre otros, el desarrollo y uso de nuevas tecnologías. Además, al no estar particularmente interesada en los mercados de consumo local, está naturalmente orientada a la exportación y suele traer algo para lo cual no existía producción local.

De acuerdo con lo anterior, el Gobierno Nacional ha estructurado una nueva estrategia para el fomento de la inversión de eficiencia en Colombia entre 2018 y 2022. Esta estrategia se robusteció en el 2020, a partir de la disrupción de las cadenas globales de valor fruto de la pandemia generada por el COVID-19, y cuenta con cuatro (4) pilares que se fundamentan en herramientas para la facilitación y retención de la inversión, incentivos tributarios y no tributarios, medidas sectoriales y regionales, y finalmente una estrategia puntual de relocalización de empresas del mundo hacia Colombia o de "Nearshoring"¹.

En este contexto, el Gobierno nacional, mediante Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022, se propuso igualmente enfocar esfuerzos en la atracción de empresas ancla entendida como la inversión de una empresa extranjera con reconocimiento internacional, relevancia en su industria y confiabilidad, que tiene la capacidad de atraer a otros inversionistas a lo largo de la cadena de valor y/o contribuir al posicionamiento del país como destino de inversión

¹ La estrategia del Gobierno Nacional para el fortalecimiento de la inversión de eficiencia en Colombia está basada en cuatro (4) ejes fundamentales, que se resumen así: 1) Facilitar la llegada del inversionista al país, 2) Puesta en marcha de incentivos para crear oportunidades de inversión en el país, 3) Impulsar sectores con potencial en las regiones, como el turismo y los astilleros, y 4) Abrir posibilidades para que más empresas, generadoras de empleo, con responsabilidad social y que buscan relocalizar sus operaciones, lleguen a Colombia.

y negocios y mega inversiones, siendo estas mega inversiones aquellas realizadas en cadenas productivas con un monto de inversión por encima de los USD \$310 millones.

Mejoramiento de las capacidades de atracción de inversión en las Agencias de Promoción (API)

La IED, es uno de los pilares fundamentales y mundialmente reconocidos para impulsar el crecimiento y el desarrollo sostenible de cada país. En efecto, estudios han demostrado² que este tipo de actividad expande la economía local, la capacidad productiva de la industria e impulsa la creación de empleo lo cual se traduce en el crecimiento de los ingresos de sus habitantes. Reconociendo estas bondades, las agencias de promoción de inversiones (API) buscan atender las necesidades de los inversionistas a través de la prestación de servicios que permitan que empresas extranjeras conozcan las oportunidades de inversión existentes, los incentivos específicos por sector, la regulación local, entre otros, lo cual facilita su establecimiento y operación.

En la reactivación de la economía es indispensable el papel que juegan las API, ya que muchas de estas agencias son las llamadas a asumir el desafío de promover sus países en medio de un difícil panorama que genera la pandemia. En medio de la competencia global por atraer inversión extranjera muchas API han evolucionado en los servicios que ofrecen a los inversionistas, sin dejar a un lado el objetivo fundamental de proporcionar información y apoyo a los inversionistas en las diferentes etapas de su establecimiento, pero, con el fin de ser más asertivos y eficaces en la promoción de oportunidades que ofrece el país, se han creado herramientas que de forma estratégica influyan en las decisiones de localización de empresas extranjeras y que en muchos casos mejoren el clima de inversión para retener inversionistas instalados.

Justamente, y retomando lo mencionado anteriormente, la competencia entre países en la actividad de promoción y atracción de inversiones extranjeras es más evidente en estos tiempos de crisis en donde muchos países basan el crecimiento de su economía y la generación de empleo en la IED. No debe ser ajeno concluir que aquellas actividades que requieren un esfuerzo proactivo son también las más complejas de ejecutar, ya que requieren conocimiento específico de los mercados externos, y, por lo tanto, son las actividades sobre las cuales las API deben focalizar todos sus esfuerzos.

Entre el amplio abanico de funciones que tiene una API, se pueden distinguir por un lado, aquellas que se consideran primarias (análisis de oportunidades, imagen país, *marketing* focalizado, servicios al inversionista, y servicios *aftercare*) y en las que se destinan mayores recursos y esfuerzos, y por otro lado, en menor frecuencia y por un número menor de agencias, están las que pueden considerarse como complementarias (mejora clima de negocios, asesoría a la autoridad local, guía en la aplicación de incentivos, y mejora de la competitividad de las empresas locales).

Es así como, promover una imagen positiva de los países para atraer a más inversionistas extranjeros, teniendo como objetivo principal la generación de leads o contactos estratégicos, se convierte en una función esencial para asegurar la estrategia de posicionamiento entre las multinacionales. Las tendencias de inversión actuales definirán el futuro inmediato de los servicios que presta una API y por eso que se requiere anticipar los retos y acercarse más a las necesidades y prioridades de los inversionistas, que permita que las agencias de promoción se posicionen como firmas consultoras especializadas que entregan información técnica, y gestionan riesgos.

² <http://www.oecd.org/investment/investment-policy/mapping-of-investment-promotion-agencies-in-OECD-countries.pdf>

Entrenamientos dirigidos a la generación de *leads* de inversión y la identificación de empresas objetivo

Actualmente, las API ofrecen una amplia gama de servicios diferentes -que van mucho más allá de la difusión de información- y es por esta razón que cada organización debe adaptarse según la evolución de una industria cambiante en términos de prioridades estratégicas, funciones, herramientas, características y política de gobernanza. ProColombia no puede ser ajena a estos cambios y es por esta razón que, aún contando con un equipo dedicado a la inteligencia comercial y de negocios, debe atender las mejores prácticas en la sensibilización de los inversionistas sobre las fortalezas del país llegando directamente a esas empresas multinacionales que tienen potenciales proyectos de expansión y acompañándolas en la definición de su proyecto y durante su fase de establecimiento, y después de ella.

En efecto, la estrategia de atracción de inversión se compone de un pilar comercial, enfocado en el trabajo de inteligencia de negocios, de mercados, sectorial y comercial y de facilitación a todo nivel, que se lleva a cabo en cabeza de ProColombia, con el fin de identificar tanto el perfil del país como destino de inversiones en cada uno de los sectores productivos, así como de identificar y captar empresas multinacionales y compañías internacionales con potencial de expandir sus operaciones, para presentar las propuestas de valor país y lograr, que sea Colombia la decisión para sus nuevas inversiones.

En el contexto anterior, muchas agencias de promoción se encuentran contactando a los mismos inversionistas ofreciéndole seguramente los mismos servicios, bajo unos estándares de calidad que podría decirse que son muy similares. El éxito entonces se basa en generar los *leads* correctos, a través de herramientas novedosas y efectivas ya que es precisamente esta actividad una de las principales fuentes de generación de negocios para cada API.

Esta estrategia no debe ser concebida como un proyecto puntual sino un proceso continuo capaz de aumentar la eficacia y eficiencia de los representantes y asesores de inversión mediante la identificación de posibles nuevos inversionistas y oportunidades y, por esta razón, que con el fin de aumentar su capacidad para lograr una mayor efectividad en las actividades de promoción y atracción de inversión, se quiere contar con la información más relevante y actual y con las herramientas más novedosas para asegurar éxito en el objetivo principal de atraer inversión y obtener todos los beneficios de desarrollo, productividad y mejora del nivel y la calidad de vida para el país. Por tal razón, se busca a una firma consultora que preste a ProColombia los servicios de entrenamiento y capacitación para la generación de *leads* de inversión y la identificación de empresas objetivo.

Para ello, se busca que una firma consultora entrene a los representantes de ProColombia, Agencias de Promoción Regional de Inversión (APRI) y el MinCIT³ en estrategias, prácticas y metodologías replicables y escalables que permitan la generación de *leads* efectivos de inversión en los sectores definidos como prioritarios por el Gobierno Nacional. La consultoría se desarrollará a lo largo de un año y medio, para lo cual se espera que la Firma presente un cronograma de actividades y metodología correspondiente, respetando las prioridades que se establezcan por el MinCIT y ProColombia.

En particular, con la consultoría se busca lo siguiente:

1. Fortalecer las capacidades técnicas y comerciales utilizadas por ProColombia, su red externa de oficinas comerciales y las agencias de promoción regionales
2. Fortalecer las metodologías y prácticas de atracción de inversión utilizadas por ProColombia, su red externa de oficinas comerciales y las agencias de promoción regionales

³ Se deberá entrenar al equipo de estrategia y de inversión de ProColombia, a las 19 APRI y al equipo que designe el Ministerio. Aproximadamente 100 personas.

3. Mejorar la estrategia de acercamiento a empresas objetivo, haciéndola más coherente, focalizada y flexible a las circunstancias actuales

Lo anterior, permitirá a MinCIT y a ProColombia estar a la vanguardia de las mejores prácticas en la identificación de empresas objetivo en los mercados priorizados y en la generación de leads que conlleven a una efectiva inversión en Colombia.

DESCRIPCIÓN Y ALCANCE DE LA CONSULTORIA

Los servicios de consultoría corresponden a: *Fortalecer las capacidades técnicas de ProColombia, agencias de promoción regional de inversión (APRI) y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de entrenamientos especializados dirigidos a la concreción efectiva de leads de inversión.*

Los siguientes son a grandes rasgos las actividades de la consultoría:

1. Diseñar un programa de entrenamientos a realizarse **en al menos tres (3) fases a lo largo de un año y medio**. Para el diseño del Programa de Entrenamientos, deberán tenerse en cuenta los temas y objetivos que se prioricen por el MinCIT y ProColombia, para el fortalecimiento de sus actividades de atracción de inversión.
 - 1.1 Los temas y alcances previstos preliminarmente de manera indicativa para cada fase del Programa de Entrenamientos pueden verse en la tabla del **Anexo Técnico A**. La descripción de los módulos, el objetivo de cada curso y la estructura es indicativa.
 - 1.2 Todos los módulos deberán incluir talleres, trabajos en grupo, entregas y exámenes que comprueben conocimientos.
 - 1.3 Se espera que la firma consultora proponga un programa que distribuya de manera estratégica los objetivos de fortalecimiento de cada curso, de acuerdo con las necesidades de los diferentes grupos y equipos al interior de las entidades.
 - 1.4 El diseño del Programa de Entrenamientos debe contar con todos los detalles necesarios para su realización, incluyendo al menos los siguientes:
 - a. Los temas propuestos de acuerdo con las especialidades y necesidades de fortalecimiento de los diferentes equipos de MinCIT, ProColombia y las APRI.
 - b. Requerimientos técnicos y logísticos
 - c. Propuesta de conferencistas
 - d. Cronograma detallado de actividades de cada curso o módulo
 - e. Horarios específicos para la realización de los entrenamientos
 - f. Materiales necesarios para la realización de cada actividad
 - g. Identificación de aspectos prácticos y teóricos y descripción detallada de los contenidos técnicos de cada una de las actividades dentro de cada módulo o curso.
 - h. Métodos de evaluación de los conocimientos adquiridos para cada curso
 - i. Indicadores de desempeño por cada actividad o curso, módulo y fase. Estos indicadores deben tener en cuenta los objetivos y resultados esperados de programa de entrenamientos de acuerdo con las metas de cada entidad.
 - j. Métodos y herramientas que se utilizarán en cada una de las sesiones, así como la modalidad presencial, virtual o mixta en la que se llevarán a cabo. Esto incluye, en caso de proponerse modalidad



presencial, considerar la realización del curso en las ciudades principales teniendo en cuenta la participación de las APRI y lo que se proponga de acuerdo con el literal a).

- 1.5 La firma consultora deberá proponer varios paquetes de módulos de capacitación que cubran las necesidades y objetivos de fortalecimiento correspondientes, de manera tal que las entidades puedan seleccionar cualquiera o una combinación de estos, para su ejecución durante el año y medio previsto.
2. Ejecutar en su totalidad el Programa de Entrenamientos aprobado en cada una de sus fases, incluyendo la planeación y provisión de los espacios físicos o virtuales para su realización, los conferencistas o seminaristas, los materiales requeridos, de acuerdo con el cronograma y horarios aprobados en el programa propuesto.
3. Producir los documentos, presentaciones, relatorías, entre otros, para cada una de las sesiones de los entrenamientos, las cuales deberán entregar en un formato consolidado que pueda utilizarse y replicarse en un futuro para la realización de nuevos entrenamientos por parte del MinCIT y ProColombia.

Los productos que se espera obtener son, de manera indicativa, los siguientes:

1. Plan de trabajo, cronograma y metodología detallada para la realización de la consultoría
2. Programa de entrenamientos en tres fases de acuerdo con lo previsto en la Actividad 1.
3. Medios de verificación de la realización de los diferentes módulos, cursos y en general todas las actividades previstas en el programa de entrenamientos, incluyendo el registro detallado de los asistentes a las sesiones.
4. Paquetes de materiales listos para utilizar o replicar en entrenamientos futuros, de acuerdo con lo previsto en la Actividad 3. Estos deberán entregarse al final de cada fase.
5. Informe al final de cada fase, con una evaluación que analice detalladamente los indicadores de desempeño de la fase correspondiente y formule oportunidades de mejora que deberán considerarse para los módulos siguientes, según aplique.

INVITACIÓN

El MinCIT a través de la Fiducoldex actuando como vocera y administradora del Fideicomiso ProColombia, a través del cual se ejecutan los recursos del Programa de *“Apoyo a la Diversificación e Internacionalización de la Economía Colombiana”*, invita a las entidades/firmas consultoras elegibles a expresar su interés en prestar los servicios relacionados con: *“Fortalecer las capacidades técnicas de ProColombia, agencias de promoción regional de inversión (APRI) y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de entrenamientos especializados dirigidos a la concreción efectiva de leads de inversión”*. Las entidades / firmas consultoras interesadas deberán proporcionar información que acredite su cualificación para suministrar los servicios relacionados con de contratos ejecutados que demuestren experiencia en trabajos y condiciones similares a los servicios requeridos, disponibilidad de personal que tenga los conocimientos pertinentes, entre otros.

Solo podrán manifestar interés entidades / firmas consultoras de forma individual o en Asociación en Participación, Consorcio o Asociación (en adelante APCA). Para los efectos de establecer la lista corta, la nacionalidad de la firma será la del país en que se encuentre legalmente constituida o incorporada y en el caso de APCA, será la nacionalidad de la firma que se designe como representante.

La firma consultora será seleccionada conforme al método de Selección Basada en las Calificaciones de los Consultores -SCC- establecido en el Documento GN-2350-15 *“Políticas para la selección y contratación de*

consultores financiados por el Banco Interamericano de Desarrollo". Los criterios para selección de la lista corta son los relacionados con las calificaciones y experiencia necesarias de la firma.

Dichas entidades/firmas consultoras deberán presentar:

1. Carta de presentación de expresión de interés. (*Anexo 1*).
2. Antecedentes generales de la firma que demuestren su organización. Máximo tres (3) páginas en espacio sencillo y letra tamaño 11 (*Anexo 2*).
3. Estados financieros y notas con corte a 31 de diciembre de 2020 suscritos por el representante legal, contador y/o revisor fiscal con el correspondiente dictamen.
4. Experiencia de la firma (*Anexo 3*):
 - Las entidades / firmas deben relacionar **mínimo tres (3) y máximo cinco (5) contratos** con entidades públicas y/o privadas, a partir del 1o. de enero de 2015, para los cuales la firma fue contratada legalmente, o como una de las principales entidades / firmas integrantes de una asociación. Deberá especificarse para cada contrato el equipo de trabajo y roles de quienes participaron en el desarrollo de este.
 - El objeto de los contratos aportados debe estar relacionado con: entrenamientos en *marketing* relacional, generación de contenido en redes sociales para incrementar la generación de oportunidades de inversión, programas de generación de *leads* de inversión e inteligencia de negocios para el establecimiento, expansión y operación de negocios, inteligencia sectorial y de mercados, estructuración y análisis de proyectos, y en general temas relacionadas con el objeto a contratar. **SE LE PIDE A LAS FIRMAS QUE SE ASEGUREN DE APORTAR EXPERIENCIA ESPECÍFICA QUE VALIDE SU CAPACIDAD DE CUMPLIR CON EL OBJETO DE ESTA CONSULTORÍA Y QUE RESALTE LOS RESULTADOS O LOGROS OBTENIDOS EN CADA EXPERIENCIA. SE DEBE CONSIDERAR LA CONFORMACIÓN DE APCA PARA REUNIR LAS CALIDADES Y EXPERIENCIA REQUERIDAS EN CASO DE QUE LA ENTIDAD / FIRMA INTERESADA SÓLO CUBRA UNA DE ESTAS.**
 - Para efectos de la conformación de la lista corta, se dará especial importancia a firmas reconocidas a nivel internacional, que tengan experiencia capacitando a agencias gubernamentales en temas de atracción de inversión extranjera directa y que estén en permanente contacto con oportunidades de inversión e inversionistas extranjeros.

NOTA 1: Estos contratos deben tener un plazo de ejecución no inferior a dos (2) meses y estar finalizados a la fecha de presentación de la Expresión de Interés. El valor total sumando todos los contratos no debe ser inferior a **COP \$200,000,000 o USD \$50,000**.

NOTA 2: La información sobre experiencia de la firma que supere el máximo permitido no será tenida en cuenta, se tendrán en cuenta las cinco (5) primeras experiencias relacionadas en el Anexo 3.

NOTA 3: En caso de que el objeto del contrato no sea suficientemente claro, es importante que se detalle su alcance.

NOTA 4: en caso de tratarse de entidades / firmas con presencia global, únicamente se tendrá en cuenta la experiencia de la(s) entidad(es) / firma(s) que presenten formalmente su Expresión de Interés individualmente o como APCA.

La firma consultora que resulte seleccionada en el proceso deberá estar en capacidad de poner a disposición de la Unidad Coordinadora del Programa - UCP, antes de la firma del contrato, todos los documentos que acrediten la experiencia de la firma.

En caso de expresiones de interés presentadas por una APCA, se deberá allegar la manifestación de conformación del APCA firmada por los representantes legales de las organizaciones que la fueran a conformar.

Los documentos presentados deberán estar en idioma español. En caso de que los documentos se presenten en otro idioma deberán estar acompañados de la respectiva traducción.

CONSULTA Y OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN RELACIONADA

Los interesados pueden obtener más información a través del correo electrónico:

adquisicionesbid@fiducoldex.com.co

ENTREGA DE EXPRESIONES DE INTERÉS

Las expresiones de interés deberán ser recibidas solo por correo electrónico, a más tardar el día veintiséis (26) de agosto de 2021 a las 5:00 PM (Bogotá D.C., Colombia). No se recibirán expresiones de interés en físico. La Expresión de Interés deberá estar dirigida a:

Señores

UNIDAD COORDINADORA DEL PROGRAMA- UCP

Apoyo a la Diversificación e Internacionalización de la Economía Colombiana

Atención: Ana Lucia Noguera

Gerente UCP

Correo electrónico: adquisicionesbid@fiducoldex.com.co

Se recomienda el envío de la Expresión con anticipación a la hora de cierre para prever fallas técnicas que puedan presentarse.

Advertencia: La presentación de expresiones de interés no configura ningún derecho para los interesados, ni ninguna obligación para adelantar procesos de contratación para FIDUCOLDEX, EL MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO o para el BID.



PAOLA ALEJANDRA SANTOS VILLANUEVA

Directora Jurídica de Negocios Especiales

FIDUCOLDEX S.A.

ANEXO TÉCNICO A

FASE 1: Entendimiento de la IED, <i>marketing</i> y promoción de inversión	
MODULO 1 NIVEL: BÁSICO DURACIÓN: 2 MESES	Descripción: Este curso deberá dar conceptos básicos de la atracción de inversión extranjera directa, fuentes y tipos de inversión, tipos de inversionistas y necesidades específicas dependiendo de su origen, clima de inversión y nuevas tendencias de inversión
	Objetivo: <ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar las actividades apropiadas para la promoción de inversión 2. Describir la importancia del clima de negocios en los determinantes de inversión de los inversionistas 3. Entender la importancia y el impacto de las políticas y las instituciones que apoyan la promoción de inversión 4. Percibir nuevas tendencias en promoción de inversión 5. Proveer a los asistentes con los conocimientos y metodologías necesarios para hacer un diagnóstico general de la pertinencia de las herramientas que utiliza cada agencia. 6. Permitirles, al final del módulo, valorar si estas herramientas están acordes a las nuevas tendencias y si son adecuadas para hacer un <i>lead generation</i> efectivo.
	Esquema del curso: <ul style="list-style-type: none"> • Entendimiento de la promoción de inversión • Desarrollo de una estrategia de promoción de inversión • Entendimiento del ciclo de la promoción de inversión • Políticas para atraer y retener IED • Nuevas tendencias en promoción de inversión • Metodología de valoración de herramientas de generación de <i>leads</i> de inversión.
MODULO 2 NIVEL: INTERMEDIO DURACIÓN: 2 MESES	Descripción: Este curso deberá dar conceptos sobre mercadeo digital como herramienta ideal para atraer más IED, la segmentación de posibles inversionistas y como seleccionar a las empresas objetivo con base en su desempeño en las redes sociales. Igualmente, deberá dar las bases necesarias para entender y aplicar el <i>content marketing</i> , cuáles son las habilidades y plataformas más utilizadas en temas de inversión y cómo lograr una historia de marca efectiva que conecte con los inversionistas
	Objetivo: <ol style="list-style-type: none"> 1. Tener una idea estructurada y mercadeable del potencial de inversión de Colombia y sus regiones 2. Entender la importancia de tener claro el análisis DOFA de cada región dentro de Colombia 3. Entender las expectativas de los inversionistas en un mundo digital 4. Tener una visión general del proceso de segmentación (formular hipótesis, cuantificar y validar / describir)



	<p>5. Entender el papel de la investigación basada en el cliente, la demografía y la segmentación en el content <i>marketing</i></p> <p>6. Desarrollar un proceso sistematico para crear la historia de la marca en los contenidos digitales</p>
	<p>Esquema del curso:</p> <ul style="list-style-type: none">• Papel de los medios digitales y redes sociales en la atracción de inversion• Desarrollo de una estrategia de <i>marketing</i> en la creación de contenido que genere interés para los inversionistas• El papel de la investigación basada en el inversionista, su lugar de origen e intereses• Políticas para atraer y retener ied• Nuevas tendencias en promoción de inversion y cómo atraer la atención de los medios digitales
<p>MODULO 3 NIVEL: INTERMEDIO DURACIÓN: 2 MESES</p>	<p>Descripción:</p> <p>Este curso deberá proporcionar herramientas para identificar empresas en sectores específicos que permitan la llegada de inversion extranjera de eficiencia usando recolección de datos, seleccionado y contactando a los inversionistas prospectados.</p> <p>Objetivos:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Conocer los principios de inteligencia de mercado como una herramientas para la recolección de información para crear una segmentación de empresas relevante2. Implementar las mejores practicas de las agencias de promoción de inversion del mundo en la atracción de inversión <p>Esquema del curso:</p> <ul style="list-style-type: none">• Qué técnicas están funcionando en la atracción de inversion en el mundo• Técnicas eficientes para aplicar en la página <i>Web</i>• Contenido adaptativo basado en la dirección IP• Focalización en generación de leads de inversion• Propuestas de valor por actividades clave• Uso efectivo de infografías• Estrategias de multiplicadores• Relacionamiento con site selectors, prensa nacional e internacional, PLI, y otros intemediarios• Importancia del seguimiento y evaluación de la IED• Medición de la inversion greenfield• Asegurar que los anuncios de inversion se implementen efectivamente• Evaluar el desempeño de la API en la atracción de inversion• Informar la estrategia de atracción de IED del API sobre la base de las tendencias actuales de inversión



FASE 2: Generación de <i>leads</i> efectivos de inversión	
MODULO 1 NIVEL: INTERMEDIO DURACIÓN: 6 MESES	Descripción: Este curso deberá dar conceptos sobre la importancia de la prospección y la segmentación en la atracción de inversión, incluyendo métodos verificados de identificación de compañías con <i>leads</i> de inversión y técnicas comprobadas de generación de <i>leads</i> , herramientas de información públicas y privadas más usadas y efectivas, uso eficaz de las herramientas con las que cuenta una API para generar nuevos <i>leads</i> de inversión.
	Objetivos: <ol style="list-style-type: none">1. Tener una estrategia de segmentación, captación y seguimiento de <i>leads</i> efectiva.2. Desarrollar una metodología en la que la prospección de inversionistas sea una labor prioritaria tanto para la labor commercial como para la de inteligencia3. Entender las diferentes actividades que involucra la identificación de <i>leads</i> de inversión4. Desarrollar una metodología y técnica comprobada para la generación de <i>leads</i> de inversión.5. Reconocer la importancia de hacer buen uso de un CRM para hacerle seguimiento a proyectos de inversión y de inversionistas prospectados6. Formular una estrategia de medición de resultados de las actividades de <i>lead generation</i>, desde etapas tempranas de segmentación y contacto hasta la concreción de la inversión y su posterior operación (servicios <i>aftercare</i>).
	Esquema del curso: <ul style="list-style-type: none">• Análisis investigativo de inversionistas prospectados• Desarrollar e implementar una base de datos con inversionistas segmentados• La prospectiva como herramienta funcional para atraer inversión: métodos, llamadas en frío, correos directos, redes sociales, mercadeo, <i>networking</i>, ferias, <i>webinars</i>• Mercados objetivo para la atracción de inversión extranjera: cultura de negocios, características propias de cada mercado, determinantes por tipo de cultura de negocios• Comunicación efectiva: cómo hablar en público y privado sobre inversión• Seguimiento y medición de resultados• Aprender en las diferentes herramientas en línea, cómo generar <i>leads</i> de inversión de forma remota y cómo generar contenido que se convierta en reuniones y oportunidades de inversión<ul style="list-style-type: none">- <i>Linkedin</i>- <i>Google lead generation</i>- <i>YouTube lead generation</i>• Principales errores en la generación de <i>leads</i> de inversión



FASE 3: Análisis y evaluación de proyectos	
MODULO 1 NIVEL: BÁSICO/INTERMEDIO DURACIÓN: 6 MESES	Descripción: Este curso deberá dar ofrecer una metodología applicable que incluya herramientas de uso público para analizar y evaluar de forma general proyectos en búsqueda de inversión
	Objetivos: <ol style="list-style-type: none">1. Comprender conceptos, metodologías y herramientas de análisis financiero y valoración2. Utilizar herramientas básicas para comprender estados financieros3. Analizar casos simples4. Utilizar herramientas analíticas de uso público para reconocer la viabilidad de un proyecto5. Agregar valor a las bancas de inversión y fondos de capital privado
	Esquema del curso <ul style="list-style-type: none">• Introducción a las metodologías para la preparación y valoración de proyectos• Conceptos básicos• Definición de estructura para análisis financiero: costos de inversión, ventas y producción, costos, financiamiento requerido;• Opciones de proyectos (<i>greenfield, join venture, M&A</i>, proyectos para inversión de fondos de capital privado, centros de costo)• Ejercitar y analizar estudios de casos prácticos• Cómo tener conversaciones con expertos de bancas de inversión y fondos de capital privado

ANEXO 1

CARTA DE PRESENTACION DE EXPRESION DE INTERES Y DECLARACIÓN JURAMENTADA

[NOTA: En el caso que la manifestación de interés se presente en APCA esta declaración debe ser presentada igualmente por el representante de cada una de las entidades/firmas que lo conforman]

Ciudad y Fecha

Señores

UNIDAD COORDINADORA DEL PROGRAMA- UCP

Apoyo a la Diversificación e Internacionalización de la Economía Colombiana

Atención: Ana Lucia Noguera

Gerente UCP

Bogotá, D.C.

PROCESO: IECOL-23-SCC-CF – *Fortalecer las capacidades técnicas de ProColombia, agencias de promoción regional de inversión (APRI) y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de entrenamientos especializados dirigidos a la concreción efectiva de leads de inversión.*

En representación de [NOMBRE DE LA FIRMA, APCA, etc.], manifiesto mi intención de participar en el presente proceso, de conformidad con las condiciones que se establecen en la presente expresión de interés.

Así mismo declaro que:

- Tengo facultades plenas para contratar y comprometer la representación de [NOMBRE DE LA FIRMA, APCA, etc.] de conformidad con el certificado de existencia y representación legal.
- Para este proceso, yo como persona natural y la firma que represento denominada [NOMBRE DE LA FIRMA, APCA, etc.] participamos solamente en la presente expresión de interés.
- Entiendo que esta expresión de interés no constituye ninguna obligación ni para el MinCIT, ProColombia, Fiducoldex ni para el BID.
- No me encuentro ni yo como persona natural ni [NOMBRE DE LA FIRMA, APCA, etc.] la cual represento, incurso en alguna causal de inhabilidad e incompatibilidad, de las establecidas en la Constitución Política, en las políticas del BID, o en las establecidas en la Ley, que impidan nuestra participación.

Autorizamos expresamente a la UCP del Contrato de Préstamo BID No. 4929/OC-CO a verificar toda la información incluida en ella.

Igualmente, señalo como lugar donde recibiré notificaciones, comunicaciones y requerimientos relacionados con este proceso, el siguiente:

Nombre del Representante Legal:

NIT. de la Firma:

Dirección:

Teléfono:

Ciudad:

País:

e-mail:

[FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL]

ANEXO 2 DATOS Y ANTECEDENTES GENERALES DE LA FIRMA

Nombre de la empresa	
NIT / RUC	
Dirección	
Teléfono	
Correo electrónico	
Nombre Representante Legal	
Disponibilidad de personal que tenga los conocimientos pertinentes	
Años de experiencia general	
Años de experiencia específica en proyectos similares	
Relación de anexos (en esta etapa se piden solo <u>copias simples</u>) (esta es una relación referencial)	<ul style="list-style-type: none"> * Folletos * <i>Brochures</i> * Documentos legales (certificado de existencia y representación legal) * Otros

ANEXO 3 EXPERIENCIA DE LA FIRMA

PROCESO: IECOL-23-SCC-CF – Fortalecer las capacidades técnicas de ProColombia, agencias de promoción regional de inversión (APRI) y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de entrenamientos especializados dirigidos a la concreción efectiva de leads de inversión.

En el siguiente formato, proporcione información sobre cada uno de los trabajos para los cuales su firma fue contratada legalmente, o como una de las principales entidades/firmas integrantes de una asociación, para prestar servicios de consultoría similares a los solicitados bajo este trabajo.

EXPERIENCIA No. 1

Objeto del contrato:	Valor del contrato (expresado en la moneda en que se suscribió y en Dólares de los EE.UU. a la tasa promedio del año de la firma del contrato):
Nombre del Contratante:	Dirección:
Fecha de iniciación (día / mes / año): Fecha de terminación (día / mes / año):	Duración del contrato (meses):
Equipo de trabajo:	Equipo de trabajo y roles de quienes participaron en el desarrollo del contrato:
País: Lugar dentro del país:	Nombre de los consultores asociados, si los hubo:
Descripción resumida del trabajo:	
Nombre, dirección, teléfono, e-mail de un contacto para efectos de verificación.	
<p>Enumere solamente aquellas tareas para las cuales el consultor (la firma interesada) fue legalmente contratado por el cliente como una empresa o fue uno de los socios de la empresa. Las tareas completadas por los expertos individuales del Consultor trabajando independiente o a través de otras entidades / firmas consultoras NO pueden ser presentadas como experiencia relevante del Consultor o de los asociados del consultor o sub-consultores, sino que pueden ser presentadas por los propios expertos en sus currículos.</p> <p>El consultor debe estar preparado para comprobar la experiencia presentada mediante la presentación de copias de documentos y referencias pertinentes si así lo solicita el cliente.</p> <p>POR FAVOR RESALTAR DE MANERA PARTICULAR CÓMO LA EXPERIENCIA Y TAREAS REALIZADAS POR EL CONSULTOR MUESTRAN SU CAPACIDAD PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRESENTE CONSULTORÍA</p>	

Nota: Diligenciar el mismo cuadro de la experiencia No.1, para la experiencia No.2 y las siguientes.



CONSOLIDADO DE EXPERIENCIA DE LA FIRMA
(Incluya todas las experiencias mencionadas en el Anexo 3)

Nombre del Contratante	Objeto del Contrato	Desde dd/mm/aa	Hasta dd/mm/aa	Duración del contrato (meses)	Valor del contrato (expresado en la moneda en que se suscribió y en Dólares de los EE.UU. a la tasa promedio del año de la firma del contrato)	% Participación en la APCA (sí aplica)