



Universidad Nacional Autónoma de México
Programa de Posgrado en Ciencias de la Administración

**Propuesta de un centro de asesoría en una Universidad en Colombia
como mecanismo para estimular la inversión extranjera directa en el
país**

T e s i s

Que para optar por el grado de:

Maestría en Administración de Organizaciones

Presenta:

Alba Liliana Becerra Zubieta

Tutor:

Mtro. Víctor Manuel Alfaro Jiménez
Facultad de Contaduría y Administración

México, D. F., noviembre de 2013.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTO

De las cosas más bonitas de la vida, aprender,
debe ser la que más me gusta,
y por eso sin duda es lo que más aprecio y por eso agradezco,
cada lección, cada experiencia, que me va formando y me hace quien
soy.

Agradezco a cada maestro,
en especial a los primeros que me dio Dios,
a mi Madre quien me enseñó además de números y letras,
la perseverancia y la satisfacción del deber cumplido;
a mi Padre quien me enseñó que perseguir los sueños
es un camino difícil pero es lo que mantiene el alma viva.

A mis maestros por enseñarme
la cara experta de este hermoso país,
por cada consejo y sabías palabras, que pondré en práctica toda mi
vida profesional.

Un agradecimiento especial a la Universidad Nacional Autónoma de
México, muchas gracias por darme la oportunidad de cumplir mi
sueño, abriéndome sus puertas y brindándome su apoyo a través del
Departamento de Becas.

A mi hermana que me enseñó que la creatividad
e inspiración puede llegar en cualquier momento.

Al Maestro de maestros,
por la oportunidad que me dio de hacer esta maestría,
por dejarme conocer gente maravillosa,
y por darme vida para cumplir este propósito académico.

DEDICATORIA

Le dedico esta tesis a mi sobrina, Camila para que recuerde siempre, que el coraje y las ganas de alcanzar las metas son más fuertes que los miedos y las excusas.

A mi familia por todo su apoyo, comprensión y ayuda no solo en este trabajo, sino a lo largo de toda mi vida.

Pero en especial a mi Madre, quien fue un apoyo fundamental, para tomar la decisión de trazarme esta meta mi motor y mi fuente de energía cuando más lo necesite...
este logro es tuyo mami!

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	7
METODOLOGÍA	10
PLANTEAMIENTO DEL PROMBLEMA	10
JUSTIFICACIÓN	12
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
HIPÓTESIS	14
MÉTODO	14
CAPÍTULO I. MARCO TEORICO CONCEPTUAL	18
1.1 CONCEPTOS APROPIADOS	18
1.1.1 BALANZA DE PAGOS	18
1.1.2 CONCEPTOS DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA E INDIRECTA.....	20
1.1.2.1 MODOS DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA	23
1.2 BASES TEÓRICAS	25
1.2.1 TEORÍAS ECONÓMICAS ACERCA DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA Y SUS EFECTOS EN LAS ECONOMÍAS NACIONALES	25
1.2.1.1 TEORÍAS TRADICIONALES DEL COMERCIO INTERNACIONAL.....	26
1.2.1.2 LA “NUEVA” TEORÍA SOBRE EL COMERCIO INTERNACIONAL.....	30
1.2.1.3 LOS “NOVÍSIMOS” MODELOS	35
1.2.2 LA TEORÍA ADMINISTRATIVA Y LA CONSULTORÍA COMO MECANISMO DE DESARROLLO EMPRESARIAL.	36
1.2.2.1 OUTSOURCING ESTRATÉGICO.....	38
CAPITULO II. MARCO REFERENCIAL: COLOMBIA	40
2.1 DEMOGRAFÍA.....	40
2.2 GEOGRAFÍA	43
2.3 CULTURA Y COSTUMBRES	49
2.4 ECONOMÍA	50
2.5 POLÍTICA Y GOBIERNO	64
2.6 SISTEMA EDUCATIVO.....	65
CAPÍTULO III. LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN COLOMBIA	75
3.1 LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN EL MUNDO	75
3.1.1 TENDENCIAS MUNDIALES DE INVERSIÓN	76
3.1.2 ANÁLISIS POR SU GEOGRAFÍA	77
3.1.3 SALIDA “OUTFLOWS” DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA DE LOS PAÍSES EMISORES	78
3.1.4 MODOS DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA	79
3.1.5 INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA POR SECTOR E INDUSTRIA.....	80
3.1.6 LAS TENDENCIAS DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA POR REGIÓN.....	81
3.1.7 ANÁLISIS AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE	83

3.2 TIPOS DE INSTITUCIONES U ORGANISMOS DE ASESORÍA Y PROMOCIÓN DE INVERSIÓN EXTRANJERA EN EL MUNDO	89
3.2.1 ORGANISMO MULTILATERAL DE GARANTÍA DE INVERSIONES MIGA	89
3.2.2 CORPORACIÓN FINANCIERA INTERNACIONAL IFC	90
3.2.3 CENTRO INTERNACIONAL DE ARREGLOS DE DIFERENCIAS RELATIVAS A INVERSIONES CIADI	91
3.2.4 FONDO MULTILATERAL DE INVERSIONES FOMIN	93
3.2.5 ASOCIACIÓN MUNDIAL DE ORGANISMOS DE PROMOCIÓN DE LAS INVERSIONES AMOPI	95
3.2.6 ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE ORGANIZACIONES DE PROMOCIÓN AL DESARROLLO ALOP.....	96
3.2.7 CORPORACIÓN INTERAMERICANA DE INVERSIONES IIC	97
3.3 LA INVERSIÓN EXTRANJERA EN COLOMBIA.....	98
3.3.1 NORMATIVIDAD	99
3.3.2 TIPOS DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN COLOMBIA.....	99
3.3.2.1 MODALIDAD DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN COLOMBIA	100
3.3.3 ACUERDOS Y TRATADOS DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA	101
3.3.4 MECANISMOS DE PROMOCIÓN Y ACCIONES DEL GOBIERNO PARA ATRAER IED	106
3.3.5 COMPORTAMIENTO Y TENDENCIA DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA	108
3.3.6 SECTORES DE OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN EN COLOMBIA.....	113
3.3.6.1 SECTOR AGROINDUSTRIA	113
3.3.6.2 SECTOR MANUFACTURAS	114
3.3.6.3 SECTOR SERVICIOS	115
CAPITULO IV. INSTITUCIONES, ORGANISMOS Y CENTROS DE APOYO Y ASESORÍA AL SECTOR EMPRESARIAL EN COLOMBIA	117
4.1 ORGANISMOS DE PROMOCIÓN DE INVERSIONES	117
4.1.1 PRINCIPALES CENTROS DE PROMOCIÓN DE INVERSIÓN EXTRANJERA EN COLOMBIA .	126
4.1.1.2 AGENCIA DE COOPERACIÓN E INVERSIÓN DE MEDELLÍN (ACI MEDELLÍN).....	129
4.1.1.3 PROBARRANQUILLA	130
4.1.1.4 INVEST IN BOGOTÁ	131
4.1.1.4 INVEST IN PEREIRA	132
4.1.1.5 INVEST PACIFIC.....	133
4.2 ORGANISMOS DE SERVICIOS PARCIALES Y APOYOS EMPRESARIALES EN GENERAL.....	134
4.2.1 UNIDADES DE EMPRENDIMIENTO	135
4.2.2 LABORATORIOS PARA EL EMPRENDIMIENTO INNOVADOR	136
4.2.3 INCUBADORAS EMPRESARIALES.....	138
4.2.4 ACELERADORAS EMPRESARIALES	139
4.2.5 PARQUES TECNOLÓGICOS	140
4.3 EN CONCLUSIÓN	143
CAPITULO V. PROPUESTA DE UN MODELO DE UN CENTRO DE ESTUDIOS DE INFRAESTRUCTURA ECONÓMICA Y PRODUCTIVA DE COLOMBIA PARA LA INVERSIÓN EXTRANJERA.....	144
5.1 FACTORES DE DECISIÓN PARA INVERTIR EN EL EXTERIOR.....	146
5.2 PROCESO DE EVALUACIÓN Y SELECCIÓN	148
5.3 VINCULACIÓN UNIVERSIDAD - EMPRESA.....	150

5.4 PROPUESTA: CENTRO UNIVERSITARIO DE INVESTIGACIÓN Y ASESORÍA INTERDISCIPLINARIA PARA EL INVERSIONISTA EXTRANJERO EN COLOMBIA. (UNINVEST)	153
5.4.1 PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO	154
5.4.1.1 MISIÓN.....	154
5.4.1.2 VISIÓN	154
5.4.1.3 OBJETIVO.....	155
5.4.2 ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN DEL CENTRO.....	156
5.4.2.1 ÁREAS PRINCIPALES.....	156
5.4.2.2 ÁREAS COMPLEMENTARIAS	161
5.4.2.3 PROPUESTA DE ORGANIGRAMA.....	167
CONCLUSIONES GENERALES.....	168
LISTADO DE GRAFICOS	173
LISTADO DE TABLAS	175
FUENTES DE INFORMACIÓN	176

INTRODUCCIÓN

Tanto los países como sus respectivas industrias, tienen permanente interés en obtener un conocimiento especial de la situación económica y/o comercial de los demás competidores y este interés es más intenso, si dentro de las estrategias de desarrollo industrial de estos países, está el objetivo de llegar a otros mercados y expandirse fuera de las fronteras de su origen. Así mismo la mayoría de los países buscan atraer la inversión extranjera por los beneficios que esta ofrece, incluso, estos países estimulan la inversión extranjera directa a través de políticas legales y económicas que hagan más atractivo al país anfitrión, por lo que al enfrentar el desafío de invertir en otro país, es la búsqueda de información internacional verás y completa, la parte más determinante de los planes de desarrollo de todos los países.

Por todo lo mencionado en el párrafo anterior, un centro de investigaciones, análisis de mercados y entorno económico, para asesorar inversiones internacionales sería, una entidad de primera consulta de cualquier inversionista. Este centro de investigación, estaría conformado como un cuerpo colegiado de profesionistas de alto nivel, avalado por una universidad del país, la cual garantizaría la calidad, veracidad y confiabilidad que espera cualquier inversionista extranjero para la toma de decisiones sobre el desarrollo de sus empresas.

El crear este centro justamente, parte del interés de que se integren profesionales egresados con un alto rendimiento académico, ya que una universidad prepara a sus egresados con conocimientos teóricos, perspectiva crítica e intuición analítica, adaptándolas a su entorno económico y a las características específicas del mercado internacional y local. De esta forma no solo se queda todo este conocimiento en la teoría, o solo en el conocimiento de la práctica, ya que sería aprovechado y permitiría ayudar al modelo comercial colaborando con el desarrollo económico del país y haciéndolo más productivo.

La importancia de la creación de este centro, es obtener la mejor calidad de la información, datos de primera mano y conclusiones demostrables, todo esto será proporcionado al el nuevo inversionista, en un estudio neutral, critico y completo, ya que el producto de la investigación, es el determinante del éxito o el fracaso de cada inversión. La información es el punto de partida, el primer eslabón de la cadena, el que tiene que ser más fuerte y sustentar al resto de pasos a seguir. La puesta en marcha del proceso, está fundamentada no solo en una idea, sino también en el estudio concienzudo de la idea misma.

Si bien es cierto, dentro de cada proyecto de inversión, la etapa de planificación y la etapa de ejecución de cada proyecto de análisis son importantes, es en la evaluación del resultado, que el inversionista debe fortalecer su intuición con información veraz, datos certeros y cifras demostrables, dando como resultado una evaluación positiva, porque los hechos se empoderan con el conocimiento de fondo, no solo con la idea de una forma que podemos cambiar. Recordemos que una evaluación positiva de un proyecto, es cuando se toma la mejor decisión para el beneficio conjunto de la organización.

Debemos entender que la base de todo proyecto es un estudio de información disponible y no disponible, no se trata de las capacidades del inversionista y su equipo, sino de contar con herramientas reales, con fundamentos sólidos que contribuyan a demostrar la viabilidad de una idea que al ser llevada a la práctica garantice el triunfo del emprendedor. La información es poder.

Pero, cómo el inversionista extranjero puede estar seguro de contar con toda la información necesaria para la toma de decisiones? La respuesta a esta pregunta se encuentra en las páginas subsiguientes. Un inversionista extranjero puede estar seguro de contar con la información más completa y certera, cuando un grupo de estudiantes, profesores y profesionales calificados, unen sus fortalezas, habilidades y entrega, y las mezclan tomando en cuenta todos los aspectos que pueden influenciar la puesta en

marcha de una expansión internacional; más aún cuando los estudios analíticos, han sido presentados con el aval y la garantía de una universidad de renombre.

METODOLOGÍA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Todos los países desean tener un mayor volumen de inversión para generar un mayor crecimiento y desarrollo económico, y los efectos que esto conlleva como el empleo y el ingreso. En un mundo globalizado, donde cada vez toman más importancia las relaciones internacionales en el desarrollo político, comercial y cultural; la inversión extranjera directa representa una parte fundamental de toda economía nacional y de la inversión que en ella se da, considerándose un importante catalizador del desarrollo en las zonas donde se localiza.

Fundamentalmente los países en vías de desarrollo buscan establecer mecanismos de promoción para atraer a la inversión extranjera directa por todos los beneficios económicos que esto representa para el país anfitrión. La competencia entre los países en vías de desarrollo o economías emergentes es cada vez mayor, dada la importancia que implica este flujo para su desarrollo. Principalmente las economías emergentes que reciben mayores flujos de capitales son economías que por un lado tienen cierta o relativa estabilidad económica, política y social y por otro lado, establecen estímulos y mecanismos de promoción al inversionista extranjero.

Por otro lado, las economías emergentes necesitan generar más estímulos y apoyos al inversionista extranjero ya que *la inestabilidad de los mercados internacionales de los últimos años ha provocado que las decisiones de inversión de las empresas multinacionales se basen en consideraciones estratégicas cada vez más complejas, por esta razón siempre está buscando información real y veraz sobre el mejor mercado para realizar su inversión* (aregional, 2002).

Por lo anterior, además de las condiciones económicas, políticas y sociales mínimas para atraer la inversión extranjera directa y de los estímulos y promoción a la misma, es necesario proveer al inversionista extranjero de la información económica,

financiera, legal y de mercado estratégica para que éste se encuentre bien informado y pueda planear y tomar sus decisiones con certeza y con una mayor probabilidad de éxito.

Por lo anterior, representa un problema importante para un país el no contar con datos, estudios y análisis de mercado suficientes que orienten e informen al inversionista extranjero, así como no poder brindarle un apoyo y asesoría en su decisión o interés de invertir. La situación anterior resulta perjudicial ya que el inversionista podría perder el interés o estímulo de invertir, dada la incertidumbre y desconocimiento del país y mercado por la falta de información y asesoría.

Existen varios organismos que brindan un servicio de asesoría para el inversionista extranjero ya sean independientes o gubernamentales, aunque algunos inversionistas optan por enviar a un grupo de personas especializadas para que realicen el análisis *in situ*, generando un mayor costo y muchas veces esta información no refleja la realidad del país al cien por ciento.

A nivel mundial existen centros que prestan el servicio de una consultoría integral para los potenciales inversionistas en ese país, pero no existe un centro de esta naturaleza ligado a una universidad, lo cual tendría varias ventajas dentro de las más importantes es la que al ser parte de una universidad cuenta con una garantía de la calidad de la información.

En Colombia sería posible la implantación de un centro de esta naturaleza, ya que se ha visto que no existe en ninguna universidad algo parecido, pues los centros existentes están dirigidos a la mediana y pequeña empresa, direccionadas bajo el enfoque de “incubadora de negocios” o “aceleradoras” y en algunos casos solo aplica a estudiantes o ex-alumnos de estas mismas instituciones, es por lo anterior que esta investigación propone el estudio de la conveniencia de implantar de un centro de estudio en una universidad en Colombia como un apoyo o asesoría al inversionista extranjero que quiera expandir su negocio dentro del país.

Pregunta general

¿Cómo se podría informar, orientar y asesorar al inversionista extranjero para invertir en Colombia y promover un mayor volumen de inversión extranjera directa?

Preguntas específicas:

- ¿Cómo se puede promover una mayor inversión extranjera directa en Colombia?
- ¿Cómo se apoyaría al inversionista extranjero en la toma de decisiones al invertir en Colombia?

JUSTIFICACIÓN

Este estudio pretende proponer un mecanismo de promoción para incrementar la inversión extranjera directa en Colombia mediante la generación de una excelente información y asesoría al inversionista extranjero, por lo que el presente trabajo significaría un beneficio para la economía nacional de Colombia al promover un mayor volumen de inversión y por tanto de crecimiento y empleo.

Además, el presente estudio y propuesta de instituto de apoyo y asesoría no es exclusivo para Colombia sino que también podría aplicarse a otras economías emergentes y sobre todo Latinoamericanas por las características similares de Colombia con los países de la región.

Este centro integraría el potencial de capital humano del país insertando a un cuerpo colegiado de profesionistas de alto nivel, los cuales brindarían asesoría a los potenciales inversionistas extranjeros en toda la problemática que se desprende en el momento de instalarse en un país huésped, lo que implicaría no sólo una mayor

inversión y beneficios económicos como se mencionó, sino también en el desarrollo de una cultura empresarial de mayor calidad y vinculada a la formación de profesionistas en el país.

Esta propuesta beneficiaría al inversionista y empresario en general ya que explicaría y orientaría de una mejor forma al inversionista en general, sobre los procedimientos ante el gobierno, la contratación del personal, elegir el tipo modalidades de sociedad, factibilidad, aspectos financieros, temas fiscales, asesoría en marcas y patentes, las fuentes de información, que en muchas ocasiones representan una problemática y freno para la inversión y el desarrollo empresarial en beneficio de la economía.

La creación de este centro estaría llenando un vacío que actualmente no es cubierto, ya que ninguna entidad cuenta con el respaldo de una universidad ni en el sector público ni el privado, adicionalmente brindaría una fuente de trabajo a profesionistas especializados de alto nivel y estudiantes recién egresados, y podría llegar a ser un modelo a imitar en otros países, es por lo anterior que el modelo de centro es flexible, ya que deberá adaptarse a la administración y gestión que diferencia una universidad privada de una pública.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Desarrollar un modelo de Centro de estudios dirigido al inversionista extranjero en una universidad en Colombia, para informar, orientar y asesorar al inversionista extranjero para invertir en Colombia y promover un mayor volumen de inversión extranjera directa.

Objetivos Específicos

- Proponer la creación de una institución de asesoría jurídica, financiera, administrativa, fiscal, contable, financiera y de investigación de mercado al inversionista extranjero en Colombia como mecanismo para promover un mayor volumen de inversión.
- Plantear la generación de estudios, acceso a información y análisis económico y de mercado, en un marco de neutralidad y profesionalismo, orientado al inversionista para apoyarlo en la toma de decisiones.

HIPÓTESIS

Hipótesis general

Mediante un Centro de estudios dirigido al inversionista extranjero en una universidad en Colombia, se podría informar, orientar y asesorar al inversionista extranjero para invertir en Colombia y promover un mayor volumen de inversión extranjera directa?

Hipótesis específicas:

- ¿Mediante la creación de un centro de estudios, dirigido a la atención de los inversionistas extranjeros se puede promover una mayor inversión extranjera directa en Colombia?
- ¿Mediante la generación de un conglomerado de información y su respectivo análisis se podría orientar y asesorar al inversionista extranjero en la toma de decisiones al invertir en Colombia?

MÉTODO

Este trabajo de investigación tiene las siguientes características

Tipo de estudio: documental.

De acuerdo con la evaluación del fenómeno estudiado será:

Transversal: se ha determinado de esta forma, ya que este tipo de estudio, solo requiere que la información sea recolectada una vez, y no es necesario la revisión de las variables.

De acuerdo con la comparación de las poblaciones:

Descriptivo: ya que es un estudio el cual se pretende describir en función de las variables, adicionalmente las hipótesis buscan la asociación entre las variables.

De acuerdo con la interferencia del investigador:

Observacional: se estableció de esta forma, ya que el investigador sólo puede describir o medir el fenómeno estudiado y no puede modificar ninguno de los factores que intervienen en el proceso.

Tipo de Método: deductivo

Ya que la investigación ira de lo general a lo particular, a través de datos aceptados como son los datos estadísticos.

Diseño de investigación

Esta investigación se desarrollará en siete etapas, las cuales se mencionaran a continuación:

1. Estructura y desarrollo del protocolo de investigación.
2. Recolectar información.
3. Elaboración del marco conceptual.
4. Investigación documental.
5. Análisis cualitativo de la información.

6. Conclusión del protocolo de investigación.

Instrumentos de trabajo

La herramienta que se va a utilizar es la recopilación de datos directos de la fuente.

Técnicas Documentales

Para realizar el siguiente estudio se tomará información de las siguientes fuentes para recolectar la información teórica y conceptual:

- Dirección General de Bibliotecas – UNAM.
- Biblioteca Facultad de Contaduría y Administración (Licenciatura y Posgrado).
- Documentos emitidos por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD).
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)
- World Investment Report 2012
- Base de datos de World Association of Investment Promotion Agencies (WAIPA).

La información recolectada será almacenada en fichas bibliográficas, y de los temas se realizarán resúmenes y mapas conceptuales, a fin de que la información sea fácil de entender.

Procedimiento de la investigación teórico-práctico

1. Estructura y desarrollo del protocolo de investigación:

En esta etapa se definirá el planteamiento del problema a investigar delimitándolo e identificando los objetivos generales y específicos, hipótesis, preguntas de investigación, marco teórico y fuentes de información.

2. Recolectar información:

Búsqueda y selección de la información referente al tema de forma general y específica, en libros, revistas, libros electrónicos, papers.

3. Elaboración del marco conceptual:

Con la elaboración recolectada, se elaborará el soporte conceptual de la investigación.

4. Investigación Documental:

En esta etapa se realizarán una investigación acerca de las figuras de consultoría y asesoría en el ámbito empresarial.

5. Análisis de la información:

Una vez organizada la información recopilada, se procederá a procesarla para después analizarla.

6. Conclusión del protocolo de investigación:

En esta etapa se ajustará el protocolo de investigación para presentar la versión final.

Población y muestra

La población a considerar para la presente investigación son las principales figuras de consultoría y asesoría en Colombia y la muestra se determinará por las empresas consultoras y de asesoría de las ciudades más importantes de Colombia: Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla.

CAPÍTULO I. MARCO TEORICO CONCEPTUAL

1.1 Conceptos Apropriados

1.1.1 Balanza de Pagos

En la balanza de pagos se registran todas las transacciones económicas internacionales de una nación con el resto del mundo, durante un periodo dado de tiempo. Es un registro contable donde se recogen todas las operaciones realizadas por un país con otros países durante un ejercicio fiscal. La información recolectada en la balanza de pagos, proporciona claras señales para tomar decisiones importantes, ya que si la cuenta corriente mantiene déficit persistente y se están dando dificultades para financiarlo (deuda externa, inversión externa) es inminente una devaluación. La devaluación favorecería a los exportadores de bienes y servicios pero, afectaría a los importadores, a los inversionistas externos y a los deudores en monedas extranjeras.

Las características de la balanza de pagos son:

- Constituye un registro que contiene flujos nunca stocks.
- Contablemente está basado en el criterio de la partida doble (todo acto económico asume la forma de un crédito y de un débito, es decir, que la suma de todos los débitos es igual a la suma de todos los créditos y por lo tanto su saldo neto es igual a cero.

La balanza de pago se divide en dos grandes bloques:

Cuenta corriente

En esta cuenta se incluyen los movimientos comerciales de bienes y servicios, los pagos por concepto de servicios productivos de factores y las transferencias unilaterales, en este último se registran en la cuenta cuando tienen un componente

real, la partida y la contrapartida; pero si se tratara de una transferencia financiera sólo la contrapartida figura en la cuenta corriente.

Esta cuenta esta subdividida en dos partes, las que corresponde a los bienes, servicios y renta, que incluye el movimiento comercial de bienes, servicios y servicios productivos de factores, y la que corresponde a las transferencias unilaterales:

1. Bienes, Servicios y Renta

- a. Mercancías
- b. Embarques
- c. Otros Transportes
- d. Viajes
- e. Renta de la Inversión: constituido por dividendos, intereses y utilidades de sucursales y de otras empresas de inversión directa.
- f. De acuerdo a los criterios de registración
- g. Otros bienes, servicios y renta: renta del trabajo, renta de la propiedad y otros bienes y servicios.

2. Transferencias Unilaterales

- a. Transferencias unilaterales privadas.
- b. Transferencias unilaterales oficiales.

Cuenta de capital

En esta cuenta se registran todas las transacciones de carácter financiero, ya sean bilaterales o unilaterales, en términos generales, los aumentos en las tenencias de activos financieros, o bien, las disminuciones de pasivos financieros, se registran como

débitos: en cambio, las disminuciones en las tenencias de activos financieros o los aumentos de los pasivos de ese carácter, se asentarán como créditos.

Esta cuenta se subdivide en dos grupos:

1. Capital Salvo Reservas

- a. Inversión directa.
- b. Inversión de cartera.
- c. Otro capital.

2. Reservas

Esta comprende los movimientos de reserva de la Autoridad Monetaria (Banco Central) y los préstamos recibidos por el país del FMI. Las reservas son los activos financieros de aceptación internacional y están compuestas por:

- a. Oro Monetario.
- b. Derechos Especiales de Giro (D.E.G.)
- c. Posición de reserva en el Fondo Monetario Internacional.
- d. Divisas
- e. Otros activos

1.1.2 Conceptos de inversión extranjera directa e indirecta

Podríamos decir que la inversión extranjera tiene dos componentes:

- a. *Inversión extranjera indirecta*: o más conocida como la inversión de cartera, esta se refiere a la compra de acciones y obligaciones. Su finalidad es la obtención de utilidades sobre las cantidades invertidas. Este tipo de inversión puede realizarse a

través de préstamos de organismos internacionales como gobiernos o empresas públicas y de la colocación en la bolsa de valores oficiales del país receptor del crédito o en el país del que se otorga el crédito.

En este caso los inversionistas no participan de manera directa en el control de una empresa, ya que su dinero esta invertido en paquetes accionarios y de obligaciones de otros países

- b. *Inversión extranjera directa* (IED): se refiere al tipo de inversión con el propósito de crear un interés duradero y con fines económicos o empresariales a largo plazo por parte del inversionista extranjero en el país receptor.

La inversión extranjera directa, es un elemento clave en la rápida evolución de la integración económica internacional, o lo que se podría llamar globalización, ya que esta compone un medio para establecer vínculos directos, estables y de larga duración entre diferentes economías, todo esto bajo un entorno político adecuado, puede servir como vehículo importante para el desarrollo de la empresa local, y ayuda también a mejorar la competitividad tanto de la economía que los recibe ("receptora") como de la que invierte ("inversora"). Adicionalmente ofrece a la economía receptora una oportunidad para promocionar de forma más extensa sus productos en los mercados internacionales; además de tener un impacto positivo en el desarrollo del comercio internacional, la IDE es una fuente importante de capital para numerosas economías receptoras e inversoras

Este tipo de inversión puede dividirse en tres grandes grupos:

- Vertical: este tipo de inversión se produce cuando la elaboración de un producto se puede separar a bajo costo en un proceso corporativo (en un país relativamente bien dotado de capital) y otro productivo (en un país con bajos costos de producción).

- Horizontal con productos homogéneos: se presenta cuando una empresa tiene sucursales (plantas) en otros países, este esquema se justifica cuando son altos los costos de transporte y las barreras de política al comercio son demasiado restringidas. Este tipo de IED es común en países con factores y costos similares, entre más distintos sean los factores y los costos el monto de la IED en el país disminuirá en medida que las diferencias de costos de producción no compensen los costos de movilización de bienes entre países.

- Horizontal con productos diferenciados: se produce cuando hay economías de escala a nivel de la producción de una variedad, este tipo de IED es complementaria al comercio internacional al promover los flujos de comercio intra-industrial, este tipo de IED es la más común entre países desarrollados.

Inversor extranjero directo: es una entidad o una unidad institucional, que reside en una economía que ha adquirido, directa o indirectamente, al menos el 10% del poder de voto de una sociedad (organización), o el equivalente para una organización no constituida en sociedad, residente en otra economía. Un inversor directo puede estar clasificado en cualquier sector de la economía y podría ser cualquiera de los siguientes:

- Una persona
- Un grupo de individuos relacionados
- Una empresa constituida en sociedad o no
- Una empresa pública o privada
- Un grupo de empresas relacionadas
- Un organismo gubernamental
- Una sucesión, un fideicomiso u otra estructura societaria
- Cualquier combinación de los elementos anteriores.

La inversión directa es una de las cinco categorías funcionales de la cuenta financiera de la “Balanza de Pagos” y de la correspondiente “Posición de Inversión Internacional”,

estos se presentan agregados para las principales rúbricas de estas cuentas; no incluyen desgloses adicionales por país de contrapartida o sector de actividad económica.

1.1.2.1 Modos de la inversión extranjera

La inversión extranjera directa, puede clasificarse en las siguientes categorías:

- a. **Fusiones y adquisiciones:** Dentro de esta categoría también se contempla la compra de empresas existentes. En este tipo de inversión, el inversionista extranjero adquiere la totalidad de los activos de una empresa existente en el país de destino, el beneficio de esta, es la reducción de costos de inversión en posicionamiento de marca y de canales de distribución.
- b. **Inversiones en nuevas instalaciones:** Se refiere a la apertura de un establecimiento de carácter permanente en el país destino con el fin de llevar a cabo su actividad productiva o de prestación de servicios. Este tipo de inversión, permite aprovechar en mayor grado las ventajas de propiedad e internacionalización, al asumir en su totalidad el proceso productivo, y al mismo tiempo, aprovechar las ventajas de localización del país escogido.
- c. **Seguimiento de la inversión en las operaciones existentes (Brownfield):** Esta modalidad se refiere a las reinversiones, las cuales no son una entrada de capital nuevo, es el monto generado en una inversión ya realizada y la ganancia se reinvierte, es decir, que no sale del país receptor, esto también es considerado como inversión extranjera directa.
- d. **Formas no accionarias de inversión:** Este tipo de formas son las licencias, franquicias¹, contratos de fabricación, entre otras. Dentro de esta categoría, el

¹ La franquicia es la forma especializada de licencia más utilizada. En general, la licencia es un acuerdo en el que una empresa otorga a otra derechos de propiedad intangibles para usarlos en un área geográfica específica durante un período determinado, a cambio de una regalía. Las franquicias se diferencian porque además de otorgar el

inversionista extranjero vende a unos socios locales el derecho continuo de usar la marca, tecnología y Know How que le han permitido consolidar un negocio exitoso. Esta opción permite a los inversionistas disminuir la incertidumbre proveniente de abrir operaciones en un mercado nuevo y expandir el negocio sin necesidad de mucho capital (pues el franquiciatario debe aportar generalmente el capital inicial). Por otro lado, para quien invierte en ellas, puede ser un mecanismo rentable, ya que reduce gran cantidad de costos como consolidación de marca, de desarrollo de producto, capital para iniciar el negocio, etc.

- e. **Las exportaciones de las empresas transnacionales del país de origen:** Se refiere a cuando una empresa y su subsidiaria realizan comercio entre ellas, en cuestión insumos o productos, entre otros. Este tipo de inversión son acuerdos intra-compañías e ingresan dentro de la contabilización de la IED.

- f. **Asesoría y consultoría:** Esta modalidad se utiliza cuando la empresa matriz brinda una asesoría o una consultoría y la subsidiaria, este tipo de servicio puede ser transferencia tecnológica o transferencia de conocimientos, el valor que se le asigna es dado por la empresa matriz. .

- g. **Alianzas de riesgo compartido:** Son alianzas en las que los socios de un país extranjero comparten la propiedad y el control de una empresa, la mayoría de las veces nueva, con socios del país anfitrión. El riesgo inherente en esta empresa nueva se asume de manera compartida entre socios locales, quienes conocen el mercado, y socios extranjeros, quienes generalmente traen conocimiento especializado o tecnología (know how).

- h. **Transferencia de propiedad intelectual:** Este se refiere al uso de la marca, o el uso de los paquetes informáticos. Se conoce que los recursos y capacidades de una organización se basan en la información y el conocimiento, por lo que no

derecho a la propiedad intangible, el franquiciante proporciona asistencia operativa al negocio en forma continua y en muchos casos abastece las provisiones. Adaptado de: Daniela, John D., Radebaugh, Lee H, Sullivan, Daniel P. NEGOCIOS INTERNACIONALES, Ambientes y Operaciones. Décima Edición. 2004.

tienen límites definidos en cuanto a su capacidad de utilización. Los centros de I+D² que son organizaciones basadas en el conocimiento, se caracterizan por generar, procesar y gestionar la información para transformarla en conocimiento y crear nuevos productos y procesos. Estos nuevos productos y procesos, entendiéndose en su sentido más amplio, pueden ser difundidos a otros centros de I+D, empresas o productores, para fomentar la explotación de los mismos o para obtener nuevos conocimientos a partir de estos.

1. 2 Bases Teóricas

Para el sustento teórico del presente trabajo por un lado se abordarán las principales teorías económicas acerca de la inversión extranjera en los países en desarrollo y los efectos que generan en estos. Por otro lado, se tocarán las teorías administrativas acerca de la consultoría o asesoría en la empresa y qué papel juega en el desarrollo de la misma.

1.2.1 Teorías económicas acerca de la inversión extranjera y sus efectos en las economías nacionales³

Las teorías del comercio internacional han sido concebidas para responder a dos preguntas básicas y estrechamente ligadas, ¿Cuáles son las causas del comercio?, es decir, ¿por qué los países comercian? y ¿Cuáles son los efectos del comercio internacional sobre la producción y el consumo nacional?, así como buscar una explicación al volumen, estructura del comercio y los precios a los que se intercambian los bienes.

Se podría clasificar en tres (3) grandes grupos de teorías las cuales no se excluyen, sino que son complementarias, ya que las relaciones comerciales

² Las siglas **I+D** definen el concepto de **I**nvestigación y **D**esarrollo, de tal forma que podemos deducir que cualquier proceso de innovación le viene asociado un proceso de Investigación y Desarrollo, esto no es correcto tal y como veremos más adelante

³ (González Blanco, 2011)

internacionales son muy complejas y no pueden ser explicadas por una sola causa. En la Tabla 1., se puede visualizar un resumen de los principales grupos de teorías examinadas a continuación:

Tabla 1. Teorías del Comercio y su capacidad para explicar las causas del comercio

Hechos	“Viejas” Teorías del Comercio	“Nuevas” teorías del comercio	Modelo integrado	Modelo empresas heterogéneas	Modelo “Integrado” empresas heterogéneas
	RICARDO (1817), HECKSCHER (1919), OHLIN (1933)	KRUGMAN (1980)	HELPMAN Y KRUGMAN (1985)	MELITZ (2003), BERNARD <i>et al.</i> (2003)	BERNARD, REDDING Y SCHOTT (2007)
Comercio					
Interindustrial	Si	No	Si	No	Si
Intraindustrial	No	Si	Si	Si	Si
Exportadores y no exportadores dentro de las industrias	No	No	No	Si	Si
Comercio y Productividad					
Dentro de la industria los exportadores son más productivos que los no exportadores	No	No	No	Si	Si
La liberalización comercial aumenta la productividad de la industria mediante la reasignación.	No	No	No	Si	Si
Comercio y mercado laboral					
Cambios en el empleo en las industrias tras la liberalización comercial.	Si	No	Si	No	Si
Simultáneamente creación y destrucción bruta de empleo dentro de las industrias tras liberalización comercial	No	No	No	Si	Si
La liberalización comercial afecta a las retribuciones de los factores relativamente abundantes.	Si	No	Si	No	Si

Fuente: Elaboración propia con datos de (González Blanco, 2011)

1.2.1.1 Teorías tradicionales del comercio internacional

En esta clasificación se incluyen los modelos que explican las causas del comercio en función de las diferencias entre países: diferencias de tecnología y de dotaciones factoriales, que son fuente de ventajas comparativas en un marco de competencia perfecta.

La teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith y la ventaja comparativa de David Ricardo

A finales del Siglo XVIII y principios del XIX, Adam Smith⁴, primero, y David Ricardo⁵, después, investigaron las causas del comercio internacional tratando de demostrar los beneficios del libre comercio. Smith sostenía que, con el libre comercio, cada país podría especializarse en la producción de aquellos bienes en los cuales tuviera una ventaja absoluta e importar aquellos otros en los que tuviera una desventaja absoluta. Esta especialización internacional conduciría a un incremento de la producción mundial, el cual sería compartido por los países participantes en el comercio.

De acuerdo a la teoría de las ventajas comparativas de David Ricardo, aun cuando un país tuviera una desventaja absoluta en la producción de ambos bienes con respecto al otro país, si los costes relativos son diferentes el intercambio es posible y mutuamente beneficioso. La nación menos eficiente debería especializarse en la producción y exportación del bien en el cual su desventaja absoluta es inferior. Este es el bien en el que el país tiene ventaja comparativa. Por otro lado, el país debería importar el bien en el que su desventaja absoluta es superior, o sea, el bien en el que tiene desventaja comparativa, esto se conoce como Ley de la ventaja comparativa. La crítica fundamental a la teoría es que sus supuestos son irreales. Las aportaciones posteriores se basan, precisamente, en el abandono y complicación de las hipótesis iniciales.

Contrastación empírica de la teoría de los costes comparativos

Los primeros intentos, considerados más notables, para contrastar la validez de la teoría fueron los realizados por G.D.A. MacDougall, R. Stern y B. Balassa, con datos de Estados Unidos y Gran Bretaña. Los tres estudios concluyen que existe una alta

⁴ Adam Smith, nació el 5 de junio de 1723, fue un economista y filósofo escocés, uno de los mayores exponentes de la economía clásica. (Benegas, 1990)

⁵ David Ricardo, nació el 19 de diciembre de 1772, ue un economista inglés de origen judío sefardí-portugués, miembro de la corriente de pensamiento clásico económico, y uno de los más influyentes junto a Adam Smith y Thomas Malthus. (Buscabiografías)

correlación entre la productividad del trabajo y la participación en la exportación. Sin embargo, un estudio de J. Bhagwati, en 1964, usando una técnica más elaborada encontró que las correlaciones no son significativas.

Reformulación de la teoría de la ventaja comparativa

La teoría del valor trabajo, en la que se basó el análisis de la ventaja comparativa de Ricardo, fue posteriormente rechazada porque los supuestos de partida se apartaban de la realidad. Así, el trabajo no es homogéneo ni es el único factor de producción.

Sin embargo, la ley de la ventaja comparativa establece que el coste de oportunidad de un bien es la cantidad de un segundo bien que debe sacrificarse para liberar los suficientes factores de producción para poder producir una unidad adicional del primer bien. Aquí el trabajo no es el único recurso ni tampoco se supone que sea homogéneo. El país con el coste de oportunidad más bajo para un bien tiene una ventaja comparativa en ese bien y una desventaja comparativa en el otro bien.

La teoría ricardiana suponía unos costes marginales constantes, lo que llevaría a la conclusión de que cada país maximizaría sus ganancias especializándose totalmente en la producción del bien en el que tiene la ventaja comparativa. Sin embargo, en el mundo real no se constata una especialización total de los países. Es más posible que un país se enfrente a costes de oportunidad crecientes al producir más unidades de un bien. Por ello, los economistas posteriores abandonaron el supuesto de los costes constantes de Ricardo reemplazándolo por un supuesto más realista: *los costes marginales crecientes*, es decir, cuando una industria se expande a costa de otras debe renunciar a cantidades crecientes de otros productos para obtener cada unidad adicional del producto que se está expandiendo.

Modelo de Heckscher-Ohlin (H-O)

La teoría de la ventaja comparativa no explica por qué los costes relativos difieren entre los países. La aportación de dos economistas suecos, Eli Heckscher, en 1919, y Bertil Ohlin, en 1933, ha tenido una influencia decisiva para determinar la causa del comercio internacional. Heckscher afirmaba que los requisitos previos para que se inicie el comercio internacional pueden quedar resumidos de la siguiente forma: diferente escasez relativa, es decir, distintos precios relativos de los factores de producción en los países que comercian, y diferentes proporciones de factores productivos para bienes distintos. B. Ohlin vuelve a insistir en que es la distinta dotación factorial la causa fundamental de las diferencias de costes comparativos y, por lo tanto, del intercambio.

El *teorema de H-O* postula que un país exportará el bien que utiliza intensivamente su factor relativamente abundante, e importará el bien que utiliza intensivamente el factor relativamente escaso.

Del modelo de H-O se han deducido otras tres tesis básicas que suponen tres implicaciones para las retribuciones de los factores que son:

- a. El *teorema de la igualación del precio de los factores*, a partir de la demostración de Samuelson a finales de los años cuarenta, según el cual el libre comercio iguala, no sólo el precio de los productos, sino también el precio de los factores entre los dos países y de esta forma el comercio sirve como sustituto a la movilidad internacional de factores.
- b. El *teorema de Stolper-Samuelson*, que postula que un aumento del precio relativo de uno de los dos bienes aumenta la retribución real del factor utilizado intensivamente en la producción de ese bien y disminuye la retribución real del otro factor.

- c. El *teorema de Rybczynski* que expone que si los precios de los bienes se mantienen constantes, un aumento en la dotación de un factor causa un aumento más que proporcional de la producción del bien que utiliza ese factor con relativa intensidad y una disminución absoluta de la producción del otro bien.

1.2.1.2 La “Nueva” teoría sobre el comercio internacional

La “nueva” teoría del comercio internacional, que en un marco de competencia imperfecta señala causas alternativas y beneficios del comercio que no guardan relación con las diferencias entre países. Así los países comercian para conseguir economías de escala en la producción, o para tener acceso a una variedad más amplia de mercancías así como por el estímulo que supone el aumento de la competencia.

La explicación del comercio internacional a través de la ventaja comparativa implica que el comercio entre países será mayor cuanto mayores sean las diferencias (en tecnología o en las dotaciones de factores) entre ellos, y explicaría un comercio de tipo *interindustrial*, esto es, los países exportarían e importarían productos pertenecientes a industrias diferentes.

Por tanto, el propio concepto de ventaja comparativa no admite la posibilidad de que un país tenga a la vez una ventaja comparativa en un producto concreto (y que por tanto lo exporte) y una desventaja (y que lo importe). Pues bien, los datos estadísticos muestran que, a partir de la Segunda Guerra Mundial, el crecimiento del comercio internacional se produce sobre todo entre países industriales con dotaciones factoriales similares. Además, una gran proporción de este comercio entre países desarrollados es comercio intraindustrial, y es el que se muestra más dinámico. Se entiende por comercio *intraindustrial* aquel que tiene lugar cuando un país exporta e importa, en un mismo período, productos que pertenecen al mismo sector o industria.

Otro rasgo destacado del comercio internacional es el peso que tienen las multinacionales. Muchos bienes importantes en el comercio internacional, como

automóviles, productos electrónicos de consumo, o farmacéuticos, son productos de empresas que tienen grandes cuotas de mercado, por lo que el comportamiento de las empresas multinacionales implica un contexto de competencia imperfecta. La teoría clásica del comercio internacional no tiene suficiente alcance para explicar buena parte de los flujos actuales del comercio internacional y en consecuencia han surgido teorías alternativas. A diferencia del enfoque tradicional del comercio, en que primero se desarrollaron los modelos teóricos y luego se realizaron las contrastaciones empíricas sobre los mismos, en la “nueva” teoría sucede al contrario.

Primero surgen estudios empíricos que ponen de relieve la importancia del comercio intraindustrial y entre países similares (en tecnología y recursos) y, seguidamente, surge la necesidad de una nueva base teórica. Posteriormente, una abundante literatura examina la evidencia empírica de los nuevos modelos.

El comercio intraindustrial y el comercio entre países similares

Uno de los primeros estudios, y más conocido, sobre la importancia del comercio intraindustrial (CI) fue realizado por Bela Balassa en el año 1966, sobre la creación de la Comunidad Económica Europea (CEE), desatando una importante investigación, tanto teórica como empírica.

Dentro de la literatura sobre este tema, se planteó la cuestión de si este comercio no es un fenómeno puramente estadístico, es decir, que la existencia de comercio intraindustrial no significa un cambio en el patrón de especialización, sino una mera consecuencia del insuficiente grado de desagregación de las estadísticas utilizadas, de modo que si la desagregación fuera mayor desaparecería el CI.

Algunos de los factores determinantes del comercio intraindustrial son:

- a. Hay un CI que puede ser explicado por la ventaja comparativa. Se trataría del comercio de productos sustituibles en su consumo pero diferenciados en sus *inputs*. Supongamos por ejemplo, muebles de madera y de acero. Así, un país

puede encontrarse exportando muebles de madera e importando simultáneamente muebles de acero, y la razón estriba en una distinta dotación factorial.

- b. Un factor, considerado fundamental, es la diferenciación de productos, cuya primera aportación se debe a Linder en el año 1961, el cual consiste en que las empresas ofrecen diversas variedades de un producto, pudiendo ser una diferenciación vertical cuando las diferentes variedades ofrecen diferentes calidades o niveles de servicios, o diferenciación horizontal cuando las distintas variedades se caracterizan por distintos atributos (marca, diseño, modelo...). Es la demanda de “diferenciación” por parte de los consumidores la que suscita este comercio. La literatura destaca una serie de factores que están correlacionados positivamente con el comercio de productos diferenciados. Así, Linder sugirió que a niveles más altos de desarrollo económico, el comercio internacional requerirá cada vez más el intercambio de productos diferenciados. Lancaster en el año 1980 mostró que, debido a economías de escala, el comercio de productos diferenciados será mayor cuanto mayor sea el tamaño del mercado. Para Balassa, la liberalización del comercio y la integración económica en Europa Occidental vino acompañada por un aumento en la importancia de este comercio entre los países participantes.

- c. También las economías de escala se consideran otro factor importante de explicación del comercio intraindustrial, así como la innovación y las diferencias tecnológicas que han conducido a una serie de modelos neotecnológicos

En cuanto a los trabajos empíricos, una revisión de algunos se encuentra en J. C. Fariñas y C. Martín en el año 1988, concluyendo que los resultados confirman que el comercio intraindustrial entre países es más intenso cuanto mayores son el nivel de desarrollo económico (renta per cápita) y el tamaño del mercado, y cuanto menores sean las diferencias de renta y de tamaño de mercado, la protección arancelaria y la proximidad geográfica. También se asocia positivamente con el grado de apertura

externa de las economías nacionales. En cuanto a la diferencia de producto, el efecto positivo esperado se confirma en todos los estudios a excepción. Los argumentos y la evidencia empírica sobre este tipo de comercio son abundantes, planteando la necesidad de nuevos desarrollos teóricos

Modelos que incorporan las economías de escala y la diferenciación de productos

Los intentos por explicar la importancia y dinamismo del comercio intraindustrial han generado unos modelos que incorporan la diferenciación de productos y las economías de escala en un marco de competencia imperfecta, dando lugar a dos tipos de modelos fundamentales:

- Modelos de competencia monopolística

El modelo de competencia monopolística desarrollado por P. Krugman en el año 1979, es considerado el primero y más conocido de este nuevo enfoque, dando lugar a un importante desarrollo de modelos bajo competencia imperfecta y economías de escala, para explicar el comercio intraindustrial. En este modelo son fundamentales dos supuestos básicos que se observan fácilmente en la realidad:

- a. *La existencia de economías de escala internas a la empresa*, existen si al aumentar los gastos en factores se incrementa la cantidad producida en un porcentaje mayor. Por lo tanto, el coste medio de producir cada unidad de producto disminuye cuando la producción aumenta. Situaciones como esta son muy frecuentes porque las empresas se enfrentan a una serie de “costes fijos” (instalaciones, maquinaria, etcétera) que tienen que pagar independientemente de lo que produzcan. Por lo que si aumenta el nivel de producción, los costes fijos se distribuyen entre un mayor número de unidades y, en consecuencia, los costes medios de producción de la empresa disminuye.

- b. *La preferencia del consumidor por la variedad*, también se observa en la realidad y obedece a que los consumidores prefieren elegir entre distintas variedades de cada producto que comprar siempre el mismo.

Como el nombre de “competencia monopolística” sugiere, estos modelos recogen dos situaciones contrapuestas. Así, se asemeja al monopolio en que la empresa individual produce una “variedad” de productos que los consumidores consideran algo diferente de las variedades ofrecidas por la competencia (puede ser el diseño, una marca, un atributo, etcétera) por lo que la empresa tiene cierto margen para fijar los precios sin temer que los consumidores compren inmediatamente en la competencia por pequeñas diferencias de precio. Pero, al mismo tiempo, aunque estas variedades no sean exactamente iguales, se sustituyen mutuamente, por lo que cada empresa sigue haciendo frente a la competencia de otros proveedores del mismo sector de producción.

En resumen, los beneficios del comercio bajo estos supuestos son: las empresas producen mayores cantidades y surgen o aprovechan mejor sus economías de escala; los consumidores pueden elegir entre una variedad más amplia de productos en un sector de producción determinado y pagan un precio más bajo por el aumento de la competencia.

Modelos de “*dumping* recíproco”

En mercados de competencia imperfecta las empresas fijan a veces un precio diferente entre los productos exportados y los vendidos en el mercado nacional, denominándose a dicha práctica discriminación internacional de precios, siendo la forma más usual el *dumping*, práctica en la que una empresa establece un precio inferior para los bienes exportados que para los mismos bienes nacionales, pudiendo dar lugar a comercio internacional. J. A. Brander y P. Krugman en el año 1983 desarrollan un modelo en el que la rivalidad de firmas oligopolistas es una causa alternativa del comercio internacional. Se supone la existencia de dos monopolios, uno en cada país, cada uno

de los cuales produce el mismo bien, con los mismos costes y con consumidores iguales en sus preferencias. Hay costes de transportes entre los dos mercados de forma que si las dos empresas establecen el mismo precio no habría comercio. La posibilidad del *dumping* puede hacer surgir el comercio.

La empresa monopolista de cada país limitará la cantidad a vender en su mercado nacional si sabe que al intentar vender más es a costa de reducir el precio de su venta nacional y el efecto sería reducir los beneficios, en cambio, si la empresa monopolista de cada país vende su unidad adicional en el otro mercado a un precio menor, que en el mercado doméstico, obtiene un ingreso en ese mercado que se añadiría al que seguiría obteniendo en el propio. Por tanto, cada empresa tiene un incentivo en exportar vendiendo unidades nuevas a un precio menor que en el mercado nacional, siendo causa de un comercio internacional del mismo producto, conociéndose esta situación como “*dumping* recíproco”.

1.2.1.3 Los “novísimos” modelos

Hasta hace poco la literatura del comercio internacional relegó el papel de las empresas en el comercio internacional. Los diferentes modelos asumieron que las empresas de un determinado sector de producción son idénticas (asumen el supuesto de una empresa representativa). Pero, desde la mitad de los años noventa un importante trabajo empírico, que ha utilizado datos del comercio y la producción a nivel de empresa, ha revelado que las empresas, incluso dentro de una misma industria, son muy diferentes y que esa heterogeneidad podría jugar un papel muy importante en los resultados globales.

Bernard, Redding y Schott en el año 2007 desarrollan un modelo de ventajas comparativas que incorporan firmas heterogéneas para estudiar cómo las características de las empresas, los países y las industrias interactúan al disminuir los costes de comercio. Suponen dos países, dos factores y dos industrias y cada industria

está constituida por una secuencia de empresas, cada una de las cuales produce una sola variedad diferenciada en su industria.

Considerando que los países difieren en la abundancia relativa de factores, que las industrias varían en la intensidad factorial y que las empresas tienen diferentes productividades, obtienen nuevos e interesantes resultados. Con la liberalización del comercio, las empresas de baja productividad tienen más probabilidades de fracasar y las de alta productividad tienen una probabilidad mucho mayor de sobrevivir y crecer. Este patrón de respuestas desplaza los recursos hacia las empresas de alta productividad. El crecimiento relativo de las empresas de elevada productividad aumenta la productividad global de toda la industria, que será más elevada en los sectores de ventajas comparativas.

Otro resultado es que la expansión de la producción de las empresas exportadoras aumenta la demanda de factores, haciendo subir el precio de los *inputs* de los factores hasta el punto de que las empresas de productividad baja no pueden cubrir sus costes fijos y se ven obligadas a salir.

Concluyen que el comportamiento de las empresas heterogéneas amplía las ventajas comparativas de los países y, por tanto, crea una fuente de ganancia de bienestar con el comercio.

1.2.2 La teoría administrativa y la consultoría como mecanismo de desarrollo empresarial.

Dentro de los nuevo enfoques de la administración encontramos el *Outsourcing*, el cual pretende constituirse como una ventaja competitiva.

La traducción al castellano del neologismo inglés “outsourcing”, proviene de *Out* que significa fuera y *Source*, lo que se entendería como una fuente externa para determinadas áreas funcionales. El outsourcing se identifica como la contratación de

empresas externas, es el proceso económico en el cual una empresa determinada mueve o destina los recursos orientados a cumplir ciertas tareas, a una empresa externa, por medio de un contrato. El cual es considerado como un mecanismo para mejorar la competitividad.

De acuerdo al autor J Brian Heywood *"el outsourcing es la transferencia de una función o funciones comerciales internas, mas cualquier activo asociado, a un proveedor externo o proveedor de servicios que ofrece un servicio definido durante un periodo específico de tiempo a un precio acordado, si bien probablemente limitado"*⁶

Aplicado con carácter general, este no es un concepto nuevo, puesto que responde al acto mediante el cual una organización contrata a un tercero para que realice un trabajo en el que está especializado, con los objetivos de reducir costos y/o evitar a la organización la adquisición de una infraestructura propia que le permita la correcta ejecución del trabajo. Este tipo de prácticas data desde el inicio de la era moderna, ya que muchas compañías competitivas lo realizaban como una estrategia de negocios.

El Outsourcing de un proceso de negocio el cual consiste en la externalización de la gestión de algún área o actividad de una organización a un proveedor especializado, en base a un contrato plurianual. Este acuerdo le garantiza una calidad de la prestación a través de indicadores de servicio, lo que implica un cambio de paradigma en los clientes: delegar la gestión de los medios en beneficio de la gestión de los niveles de servicio. Algunas causas para recurrir a esta opción son:

- La necesidad de crear estructuras de servicio dinámicas y adaptables a los entornos cambiantes en las formas de hacer negocios y prestar servicios.
- La garantía de disponibilidad de recursos y tecnología especializada a costes predecibles.
- La mejora de la eficiencia global y no sólo de determinadas tareas.

⁶ (Heywood, 2002)

El Outsourcing es una tendencia actual que ha formado parte importante en las decisiones administrativas de los últimos años en todas las empresas a nivel mundial, pero se debe tomar en cuenta que cuando se opta por esta alternativa se debe entender que existen varios tipos de riesgo para la organización como:

- Riesgo operacional: ocurre cuando el outsourcing o tercerización no satisface la necesidad para la cual se contrató, en términos de eficacia y oportunidad.
- Riesgo financiero: que su costo real y final sea mayor al que esperaba dentro de la planificación anual.
- Riesgo laboral: que su organización tenga que sufrir indemnizaciones por demandas y/o por multas y sanciones de la autoridad por el incumplimiento de contratos que recaen exclusivamente en la actividad subcontratada.

1.2.2.1 Outsourcing estratégico

Es un proceso de gestión empresarial que tiene como objetivo invertir los recursos principales de la organización en aquellas actividades de su cadena de valor, las cuales son definidas como competencias distintivas, o más conocido por su término en inglés: Core Business, es decir, las actividades que permiten aportar un mayor valor añadido para sus clientes y crear una mayor ventaja competitiva, cediendo mediante subcontratación la gestión de las otras actividades hacia proveedores o socios que sean capaces de desarrollarlas mejor.

La subcontratación estratégica se fundamenta en la teoría en la cual, los proveedores externos se especializan en una actividad o tecnología específica dentro de un único elemento de la cadena de valor, superando en competencia a cualquier otra organización que disperse sus esfuerzos a lo largo de ella, siguiendo la convicción resumida por Canet Giner⁷ de que *“no es posible ser excelente en todo”*

⁷ (Canet, 2000)

Las tendencias mundiales de negocios han reconocido el outsourcing estratégico como una herramienta capaz de permitir el acceso a recursos de alto nivel, para poner en control áreas difíciles de manejar, potenciar el desarrollo de proyectos especiales, lo cual no significa ceder la “soberanía” dentro de la empresa. Esta herramienta busca rediseñar las estructuras y eliminar o minimizar aquellas áreas que no forman parte del Core Business, así empezó con la salida de las empresas, de actividades de servicios “staff”, como limpieza y seguridad, entre otros. Después siguieron actividades financieras, recursos humanos, planeación, manejo de nominas, y servicios jurídicos.

A diferencia de la subcontratación clásica, que busca una reducción de costes, aumento de capacidad productiva o captación de inputs; la subcontratación estratégica, se caracteriza porque las empresas que la aplican buscan fundamentalmente una mayor flexibilidad, una característica crítica dentro de las teorías de adaptación al cambio, así obtener mayor rapidez de respuesta propia, mayor calidad por adquisición de un saber hacer altamente especializado, mayor concentración de la inversión y como consecuencia de todo ello, mayores oportunidades para crear ventajas competitivas.

Otra característica que resulta de este modelo de gestión, es la relación cliente-proveedor que pasa de ser considerada desde el plano de competencia tradicional, a una relación de mayor confianza, colaboración y durabilidad, ambas partes considerándose mutuamente como socios.

Según el profesor Quinn, *“la subcontratación estratégica permite además de reducción de gastos generales y el acceso a generación de economías de escala, crear una organización más ligera y flexible”* (Quinn & Hilmer, 1995).

CAPITULO II. MARCO REFERENCIAL: COLOMBIA

El nombre de Colombia significa “tierra de Cristóbal Colón”, en 1886 se constituyó como República de Colombia, la cual se encuentra compuesta por 32 departamentos los cuales se dividen en municipios, actualmente existen 1.101⁸ municipios, y 4 distritos especiales: Cartagena de Indias (Distrito Turístico y Cultural), Santa Marta (Distrito Turístico, Cultural e Histórico), Barranquilla (Distrito Industrial y Portuario) y 1 Distrito Capital el cual corresponde a Santa Fe de Bogotá.

2.1 Demografía

Como la mayoría de los países que conforman el continente americano, la población colombiana se deriva de la mezcla de los conquistadores y colonizadores de origen europeo en especial españoles, afroamericanos (esclavos) y los aborígenes americanos (indígenas).

Se podría definir el perfil demográfico básico de la siguiente manera:

- Grupos étnicos: mestizos, blancos, mulatos y negros.
- Idioma: español
- Moneda: peso colombiano
- Religión: católicos, mayoritariamente, otros.

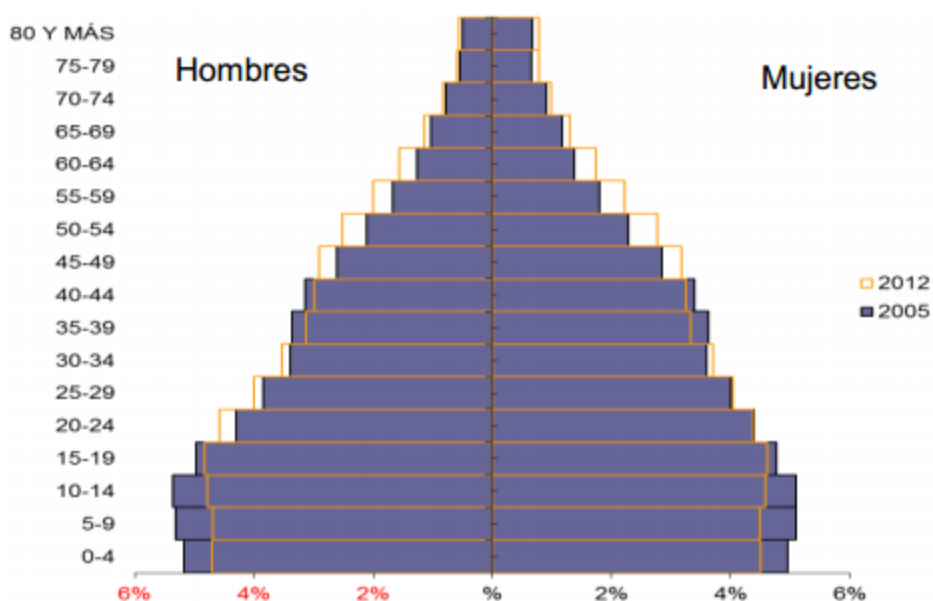
De acuerdo al censo nacional realizado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE) en el año 2005 y extrapolado al año 2012 (Gráfico 1), se obtienen las siguientes estadísticas:

- Colombia tiene una población de 46´581.823 habitantes, por lo que es considerado el cuarto país más poblado del continente americano, siendo Estados Unidos de Norte América el número uno, seguido de Brasil y México.

⁸ Información obtenida de acuerdo a los municipios inscritos en el Ministerio del Interior.

- La población se encuentra dividida en mujeres 23'584.736 (51%) y hombres 22'997.087 (49%).
- En el año 2012, se observan los siguientes índices: Infancia 27.74%, Juventud 26.44% y Envejecimiento 25.44%
- La población se encuentra concentrada en el centro (región Andina) y al norte (región Caribe) del país.
- La densidad demográfica se encuentra en 39hab/km²
- El crecimiento poblacional se encuentra en 1,128%.
- En las zonas del oriente (región de los Llanos Orientales) y al sur (región Amazonía) son bastantes extensas y de poca o no existente población.

Gráfico1. Pirámide poblacional Colombia 2005 - 2012



Fuente: DANE, Proyección de población 2005-2012

- Las principales zonas de alto desarrollo corresponden a la región andina en las ciudades llamadas “triángulo de Oro” que corresponden a Bogotá (7'571.345 hab.), Medellín (2'393.011 hab.) y Cali (2'294.653 hab.)⁹

⁹ Proyección al año 2012 por DANE

De acuerdo a las proyecciones realizadas al año 2012 por Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), las ciudades más importantes de acuerdo a su población son las siguientes (Tabla 2).

Tabla 2. Principales ciudades de Colombia

Posición	Ciudad	Departamento	Población
1	Bogotá	Bogotá	7'571.345
2	Medellín	Antioquia	2'393.011
3	Santiago de Cali	Valle del Cauca	2'294.653
4	Barranquilla	Atlántico	1'200.513
5	Cartagena de Indias	Bolívar	967.103
6	San José de Cúcuta	Norte de Santander	630.971
7	Bucaramanga	Santander	616.512
8	Soledad	Atlántico	566.784
9	Ibagué	Tolima	537.467
10	Soacha	Cundinamarca	477.918
11	Pereira	Risaralda	462.209
12	Santa Marta	Magdalena	461.900
13	Villavicencio	Meta	452.522
14	Bello	Antioquia	430.034
15	Valledupar	Cesar	423.278
16	Pasto	Nariño	423.217
17	Montería	Córdoba	422.198
18	Manizales	Caldas	391.640
19	Buenaventura	Valle del Cauca	377.105
20	Neiva	Huila	335.490

Fuente: Elaboración propia con datos de "DANE proyecciones al año 2012".

2.2 Geografía

Colombia se encuentra ubicada en la esquina noroccidental de Suramérica, lo cual le permite poseer acceso a los océanos Atlántico y Pacífico. Limita al occidente con

Venezuela y Brasil, al este con el Océano Pacífico, al noroeste con Panamá, al sur con Perú y Ecuador y al norte con el Océano Atlántico. Dentro de los límites que reconoce sobre su mar territorial el cual corresponde a 928.660 km², por los tratados de delimitación marítima y submarina, se considera limítrofes los países caribeños de Jamaica, Haití, Republica Dominicana y los países centroamericanos de Honduras, Nicaragua y Costa Rica.

América del Sur está conformada por 12 países (Gráfico 2), de los cuales Colombia ocupa el cuarto lugar por su extensión con 1.141.738 km² (área terrestre) de los cuales el 67% corresponden a planicies mientras que el 33% está conformado por relieves montañosos y una fracción de islas continentales.

Colombia cuenta con el siguiente perfil geográfico:

- Superficie Total: 2'070.408 km²
- Superficie Tierra: 1'141.738 km² (corresponde a 55,25%)
- Superficie Agua: 928.660 km² (corresponde a 44,85%)
- Fronteras: 6.342 km
 - Venezuela 2.219km
 - Brasil 1.645km
 - Perú 1.626km
 - Ecuador 586km
 - Panamá 266km
- Línea de Costas: 2.900 km²
- Elevaciones: Punto más bajo Océano Pacífico 0 m
 - Punto más alto Pico Cristóbal Colón 5.775 m
- Uso de la tierra: Arable: 2,01%
 - Cosechas permanentes: 1,37%
 - Otros: 96,62%

Gráfico 2. América del Sur



Fuente: CIA - Central Intelligence Agency

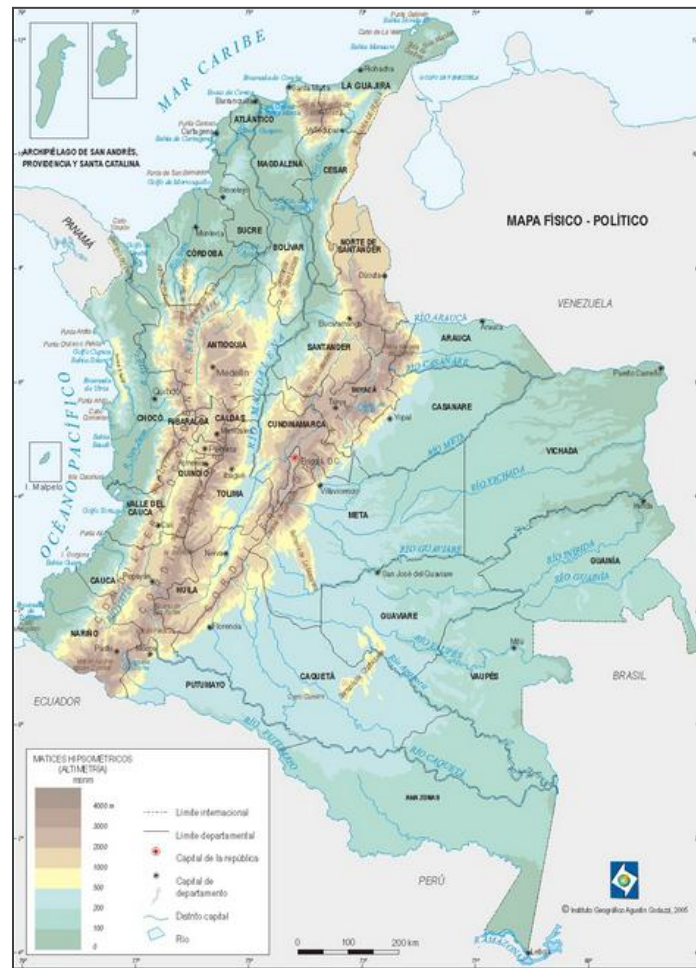
Se encuentra dividido por dos grandes regiones, plana al oriente y montañosa al occidente, esto se debe a que la cordillera de los Andes se ramifica en tres secciones (Gráfico 3.):

- *La cordillera occidental*: la altura llega a una altura de 4.764 metros sobre el nivel del mar del volcán Cumbal, es la más corta de las tres secciones.
- *La cordillera central*: esta sección así como la anterior son consideradas las zonas más aptas para la agricultura. Se encuentra paralela a la costa del océano pacífico, está conformada por varios volcanes importantes: Nevado del Huila (5.700

m.s.n.m.), Nevado del Ruiz (5.321 m.s.n.m), Nevado del Tolima (5.200 m.s.n.m.), el Nevado de Santa Isabel (5.150 m.s.n.m.)

- *Cordillera Oriental*: esta sección es la más extensa ya que llega hasta Venezuela, esta cordillera y la cordillera central se encuentran divididos por el valle del río Magdalena.

Gráfico 3. Colombia – Mapa Físico



Fuente: Colectivo Maloka, Colombia

Debido a la posición geográfica que posee Colombia, se podría considerar estratégica ya que es considerada la puerta de entrada a América del Sur, y llamada por geógrafos como “casa de esquina”, y ya que tiene acceso al océano Pacífico (oeste) y Atlántico dispone de varios puertos hacia el resto de América, Europa y países de la Cuenca del

Pacífico. Por su cercanía al canal de Panamá, ser una escala de las principales líneas aéreas del continente, el contar con puertos en las costas oceánicas, al ser un sitio de convergencia para rutas marítimas y aéreas, le han aportado una gran importancia en las comunicaciones y el comercio.

Adicionalmente por su localización en la zona ecuatorial, posee variedades de climas y ecosistemas, ya que se encuentra en la zona tórrida o intertropical (región de bajas latitudes) cuenta con iluminación solar todo el año, es decir, que no posee estaciones, solo se distinguen un invierno lluvioso y un verano seco.

Colombia se encuentra dividida en seis regiones naturales (Gráfico 4):

- a. *Región Caribe*: Está conformada por los departamentos de la Guajira, Magdalena, Atlántico, Bolívar, Sucre, Córdoba y parte de Cesar, Antioquia y Chocó. Comprende la parte septentrional del país, está delimitado al norte y al oeste por el Mar Caribe, al sur por las cordilleras central y occidental y al este por la cordillera oriental.
- b. *Región Pacífica*: conformada por los departamentos del Chocó, Valle del Cauca y Nariño. Esta región va desde el Golfo de Urabá al norte hasta el valle del Río Mira en la frontera con Ecuador, y desde el piedemonte de la Cordillera occidental hasta el océano pacífico al oeste.
- c. *Región Andina*: siendo esta región donde se desarrolla la mayor parte de la actividad cultural y económica, conformada por los departamentos de Nariño, Cauca, Valle del Cauca, Chocó, Antioquia, Risaralda, Caldas, Quindío, Tolima, Huila, Cundinamarca, Boyacá, Santander, Norte de Santander, Cesar, Arauca, Casanare, Caquetá y Putumayo. Esta región abarca las tres cordilleras.

- d. *Región Amazónica*: corresponde a los departamentos de Putumayo, Caquetá, Amazonas, Vaupés y Guainía. Se sitúa en la parte suroriental del país entre la Cordillera Oriental, las repúblicas de Perú y Brasil y los Llanos Orientales.

- e. *Región de los Llanos Orientales (Orinoquia colombiana)*: administrativamente pertenece a los departamentos del Meta, Arauca, Casanare, Vichada y Guainía. Está conformada por tierras planas y onduladas situadas entre la cordillera oriental al oeste, al norte los ríos Arauca y Meta, al este el Orinoco y al sur la región amazónica.

- f. *Región Insular*: esta región se ubica en el mar Caribe, comprende el archipiélago formado por las islas de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, los bancos Alicia, Quitasueño, Serrana y Serranilla, y una serie de cayos entre los que sobresalen los llamados Roncador y Albuquerque, a unos 700km de la costa norte del país. En el Océano Pacífico se encuentran las islas de Gorgona, Gorgonilla y Malpelo.

Gráfico 4. Regiones Geográficas de Colombia



Fuente: <http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/colombia>

2.3 Cultura y costumbres

Colombia es considerado un país multiétnico y pluricultural, donde cada región posee sus propias características, lo que la diferencia de las regiones vecinas, por lo que se podría decir que es una *Cultura Andina* que tienen mayor presencia el ancestro europeo, de una *Cultura Caribe* la cual es la unión de las culturas indígenas con la cultura afroamericana que ingresó como esclavos durante la conquista, de una *Cultura Pacífica* que está basada en la cultura afroamericana y de la *Cultura de la Amazonia* y de los *Llanos Orientales* la cual es esencialmente indígena. Dentro de Colombia existen ochenta y siete (87) pueblos indígenas que poseen sesenta y cuatro (64) lenguas

nativas, y donde podemos destacar que en el archipiélago de San Andrés y Providencia se habla inglés.

La mezcla de culturas que existe se plasma en las tradiciones, artesanías, gastronomía, arquitectura, pintura, escultura, literatura, cine, fotografía, música, danza, teatro, entre otras.

2.4 Economía

Debido a que la economía de Colombia ha tenido un fuerte crecimiento en la última década y que ahora es un sitio atractivo para la inversión extranjera, hoy en día se encuentra en el número 28 a nivel mundial, es considerada, la cuarta a nivel Latinoamérica y la tercera en América del Sur, de acuerdo al Fondo Monetario Internacional (Tabla 3.).

Tabla 3. Panorama de la economía mundial 2012

PAIS	DESCRIPCION	MONEDA	ESCALA	2010	2011	2012
Brasil	Producto Interno Bruto	Dólar Americano	Billones	2.142.926	2.492.908	2.449.760
México	Producto Interno Bruto	Dólar Americano	Billones	1.035.400	1.154.784	1.207.820
Argentina	Producto Interno Bruto	Dólar Americano	Billones	369.992	447.644	472.815
Colombia	Producto Interno Bruto	Dólar Americano	Billones	287.249	328.422	378.713
Venezuela	Producto Interno Bruto	Dólar Americano	Billones	294.735	315.841	337.433
Chile	Producto Interno Bruto	Dólar Americano	Billones	216.091	248.411	272.119
Perú	Producto Interno Bruto	Dólar Americano	Billones	153.829	173.502	184.962
Ecuador	Producto Interno Bruto	Dólar Americano	Billones	57.978	66.381	72.466
Uruguay	Producto Interno Bruto	Dólar Americano	Billones	39.412	46.872	52.349
Bolivia	Producto Interno Bruto	Dólar Americano	Billones	19.810	24.604	27.012
Paraguay	Producto Interno Bruto	Dólar Americano	Billones	18.958	21.236	22.363

Fuente: Elaboración propia con datos del Fondo Monetario Internacional Base de datos: Panorama de la economía mundial, Abril 2012.

En Colombia existen dos organismos que regulan la economía a nivel nacional:

- La política económica se encuentra definida y formulada por el *Ministerio de Hacienda y Crédito Público*, este ente es quien ejecuta los planes generales, programas y proyectos relacionados, también interviene en la preparación de leyes, decretos y su regularización en materia fiscal, tributaria aduanera, de crédito público, presupuestal, de tesorería, cooperativa, financiera, cambiaria, monetaria y crediticia.
- Mientras que el *Banco Central de la República de Colombia* es un organismo independiente quien controla el crédito interbancario, así como la cantidad de dinero y controla el tipo de cambio de divisas que circulan en la economía para evitar los efectos colaterales de la inflación como son el desempleo y la recesión.

Los dos organismos mencionados anteriormente también se apoyan en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

La economía de Colombia está basada en la producción de bienes primarios¹⁰ para la exportación que corresponde a un 14,9%, y bienes de consumo¹¹ para el mercado interno con un 8,4%. La agricultura es el pilar de la economía, especialmente en los productos de café, azúcar, banano, algodón y carne (segundo producto de mayor importancia en la economía del país), siendo lo más importante el cultivo de café, logrando un reconocimiento internacional gracias a la calidad del grano, y lo que le permite ser uno de los mayores exportadores mundiales.

En el sector de minerales se destaca por:

- La explotación de carbón, una de las minas más importantes es la del Cerrejón ubicado en la Guajira, la cual a cielo abierto es la más grande Latinoamérica.

¹⁰ Bienes primarios: comprende las actividades de extracción directa y sin transformaciones de bienes de la naturaleza. Arthur Seldon y F.G. Pennance. Diccionario De Economía. 1ra. Edición, México, 1980. Editorial Graphic.

¹¹ Bienes de consumo: son bienes finales producidos por el hombre, cuyo destino es el consumo de las personas (a diferencia de los bienes intermedios, que son bienes que se utilizan en el proceso de producción para transformarlos en bienes finales, o de los bienes de capital, que son la maquinaria que se utiliza en las industrias). Arthur Seldon y F.G. Pennance. Diccionario De Economía. 1ra. Edición, México, 1980. Editorial Graphic.

- La producción y explotación de oro, esmeraldas, zafiros y diamantes, otro sector importante es la producción de gas natural.
- El sector del petróleo es una de las más importantes del continente, “Cerca de 1 millón de barriles diarios” (El Espectador, 2011), es el cuarto productor a nivel latinoamericana de acuerdo a estadísticas de CIA World Factbook¹².

En el sector industrial Colombia tiene una gran participación en los textiles, industria automotriz y petroquímica; se encuentra inscrito a la Asociación Nacional de Industriales (ANDI), la cual tiene como propósito mantener un criterio unificado en la política económica nacional, a través de mantener grupos de empresas del mismo sector económico, esto con el fin de que actúen en común acuerdo para el desarrollo del país.

El perfil económico de Colombia al año 2012

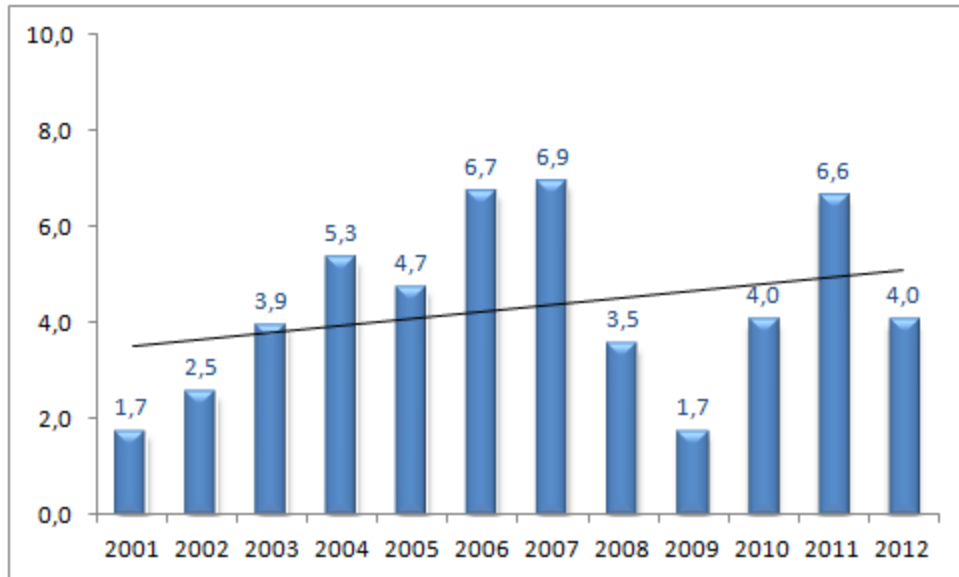
A pesar de un contexto internacional cargado de incertidumbre, Colombia se ha posicionado como un país estable, con una dinámica macroeconómica que podría considerarse como punto de referencia dentro de los países latinoamericanos y con expectativas de crecimiento que, si bien no son extraordinarias, se encuentran por encima del promedio esperado de la región y garantizan una senda sostenible de largo plazo.

De acuerdo a los indicadores podemos observar que la economía colombiana se ha mantenido a pesar de la crisis mundial y para mantenerse fuerte, se ha fundamentado en importantes transformaciones en lo económico, político y social, y estos cambios se ven reflejados en las cifras, Colombia es un país que ha crecido su PIB desde 1,7 en año 2009 a 6,6 en el año 2011, a pesar de que este indicador disminuyó en el 2012 a un 4,0. El PIB per capita se encuentra \$10.729,0 USD, la cual es comparable con países como México, Malasia o Turquía. El nivel de pobreza del

¹² En su página web: www.indexmundi.com , con la información publicada hasta el 9 de enero del 2012.

orden se encuentra en un nivel del 30%, cuando hace unos años superaba el 50%. (Gráfico 5).

Gráfico 5. Crecimiento Anual del Producto Interno Bruto 2001-2012



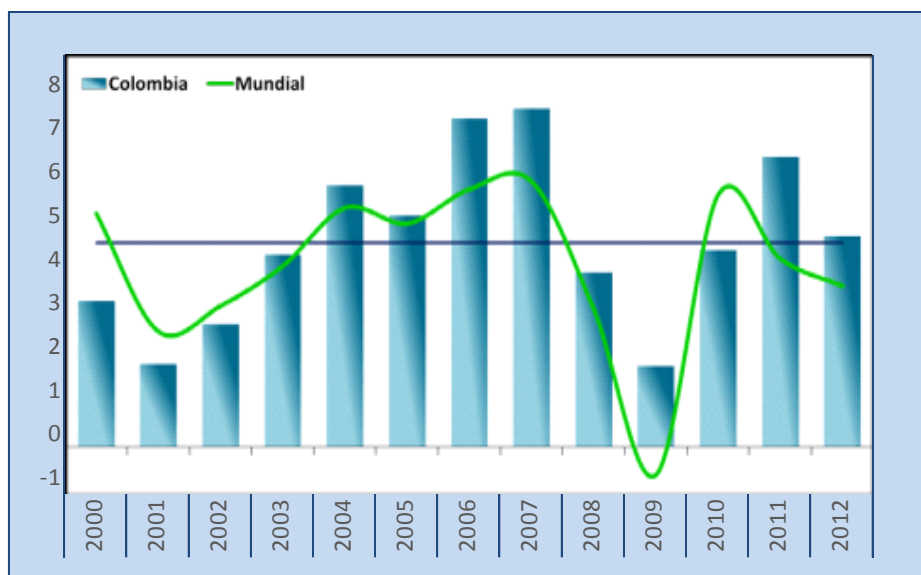
Fuente: Elaboración propia con datos de (DANE, Boletín de Prensa, 2013)

En América Latina el liderazgo de Colombia aumenta con rapidez, el cambio de imagen del país a nivel internacional, logra un reconocimiento en los mercados internacionales bajo la categoría de “bajo riesgo”, lo que se convirtió en la recuperación del grado de inversión por parte de las tres (3) grandes calificadores de riesgo, luego de haberlo perdido por más de una década. Esto se debe al trabajo del gobierno en conjunto con el sector privado quienes trabajan bajo las perspectivas de inserción en la economía mundial en condiciones de competitividad.

El crecimiento económico de Colombia ha registrado un promedio del 4,2%, en los últimos años, esta tasa ha estado cerca al 7% en los años 2006 y 2007 (6,7% y 6,9%), y se logro enfrentar y superar la crisis internacional, tal es el caso que en el año 2009 mientras la economía mundial caía en -0,6%, el país logro una tasa de 1,5% y

ahora vemos que en año 2012 subió en 4,0%, frente a un crecimiento mundial de 3,3%. (Gráfico 6).

Gráfico 6. Crecimiento económico mundial versus crecimiento económico de Colombia.



Fuente: Elaboración propia con datos de DANE.

En el ámbito laboral se reflejó en el comportamiento del mercado laboral un dinamismo de la actividad económica, ya que el año 2012 arrojó la tasa más baja en los últimos 10 años, sin embargo la calidad del empleo no es favorable y el porcentaje de informalidad continua creciendo, por lo anterior el gobierno presentó al Congreso el proyecto de seguro de desempleo, con el intento fortalecer la protección de los trabajadores. (Gráfico 7).

La balanza de pagos y comercio exterior

Colombia en materia de comercio exterior, continúa con su política de integración, con tratados de libre comercio, de inversión, de doble tributación, entre otros. Adicionalmente continúa con sus políticas encaminadas al mejoramiento de la competitividad de las empresas nacionales.

De acuerdo al contexto anterior las importaciones y exportaciones han tenido un buen desempeño.

En el gráfico de la balanza de pagos (Gráfico 7) podemos visualizar a grandes rasgos como se ha desenvuelto la economía desde el año 2000 hasta el año 2012, dentro de los importantes eventos que han sucedido se encuentran:

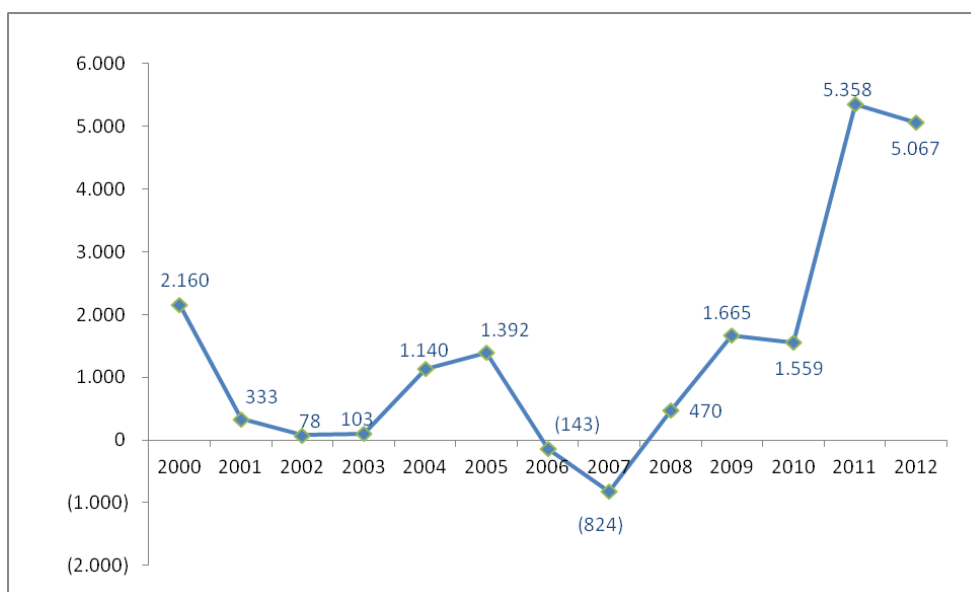
- El año 2001 por concepto de exportación el mayor peso lo ganó el petróleo (productos tradicionales ¹³), pero en los no tradicionales ¹⁴ se destacó significativamente la explotación de las esmeraldas.
- En el año 2002 la balanza fue deficitaria debido a que se registraron los intereses sobre la deuda externa, a pesar de que se recibieron aproximadamente 2.000 millones de dólares por concepto de los envíos que hacen los colombianos que se encuentran en el exterior.
- En el año 2003 también fue deficitaria, en ese año se destaca el aumento de las adquisiciones de bienes de capital para la industria, siendo Francia quien se beneficio al incrementarse en casi un 70% las importaciones.
- En el año 2004 empieza a recuperarse del déficit, ya que aumentó el nivel de las exportaciones tradicionales, por el impulso del petróleo, el carbón y el ferroníquel.
- En el año 2007, los precios internacionales favorecieron las exportaciones como el ferroníquel. Las ventas de café superaron la producción y comercialización del año 2006.
- El mayor déficit corriente de la balanza de pagos se dio el año 2008, ocasionado por el deterioro de los indicadores externos, como fue la desacumulación de reservas internacionales en un contexto de devaluación del peso colombiano y la ampliación del déficit en cuenta corriente del 5% del PIB trimestral. Cabe destacar que la inversión extranjera directa en este año fue la más alta de la historia.

¹³ Productos Tradicionales: petróleo y sus derivados, carbón, café y ferroníquel

¹⁴ No Tradicionales: Oro, Productos químicos, Alimentos, bebidas y tabaco, Materias plásticas, Plantas y productos de la floricultura, Metales y manufacturas, Confecciones, Papel y sus productos, Maquinaria eléctrica, Vehículos y sus partes, Vehículo y sus partes, Textiles, Cuero y manufacturas y otros.

- En el año 2011, las exportaciones destinadas a Estados Unidos registraron un aumento, debido a las mayores ventas de combustibles, aceites minerales y sus productos derivados, así como las ventas externas destinadas a Aruba y España, las cuales crecieron por mayores ventas de combustibles, aceites minerales y sus productos.

Gráfico 7. Balanza Comercial 2000 – 2012



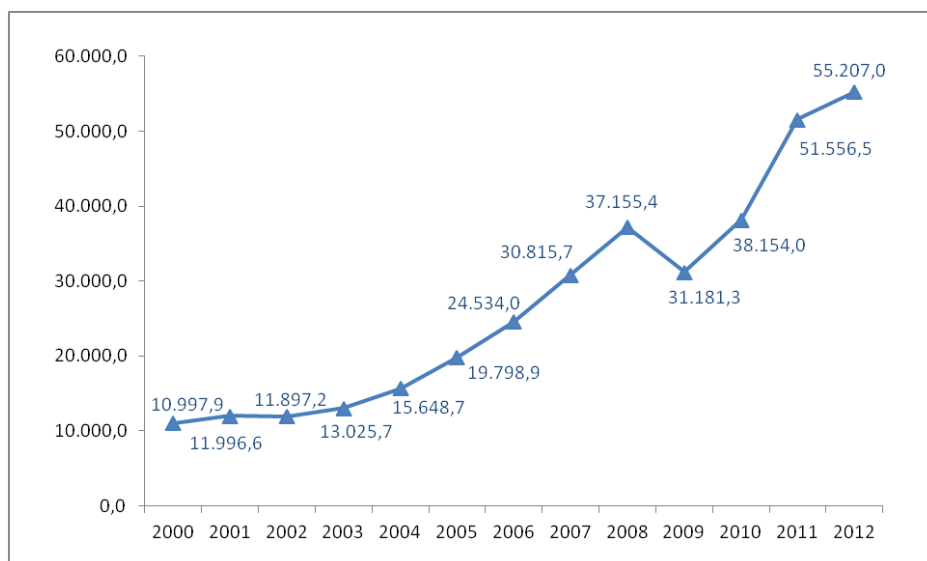
Fuente: Elaboración propia con datos de (DANE, Comercio Exterior, 2013)

Importaciones

En las importaciones podemos observar en el Gráfico 8 que las compras del país crecieron un 7,2% con relación al año anterior (2011), este crecimiento se debió principalmente el crecimiento en las importaciones de combustibles y productos de industrias extractivas. Los productos que más contribuyeron a dicho aumento fueron combustibles y lubricantes minerales y productos conexos.

Las importaciones de manufacturas crecieron debido fundamentalmente a las mayores compras de productos químicos y productos conexos, n.e.p.¹⁵ (6,8%), que aportaron 1,2 puntos porcentuales a la variación total del grupo.

Gráfico 8. Valor CIF¹⁶ de las importaciones 2000-2012



Fuente: Elaboración propia con los datos de Informe DANE 2013.

En el año 2012 las importaciones demostraron un incremento significativo, Los principales aumentos se registraron en las importaciones originarias de China y de Estados Unidos. (Tabla 4)

A pesar de que se habla de un incremento en general, de acuerdo con su contribución a la variación total de las importaciones (-0,5%), la disminución más importante se presentó en los productos originarios de Francia, esta reducción se explica en parte por las menores compras externas de productos de navegación aérea o espacial. La segunda caída más importante la registraron las importaciones

¹⁵ Clasificación basada en la Clasificación Uniforme del Comercio Internacional (CUCI Rev. 3) definida por la Organización Mundial de Comercio (OMC). (Nations, 2013)

¹⁶ Valor CIF (Cost, Insurance, Freight, es decir, costo, seguro y flete): Es el precio total de la mercancía que incluye en su valor, los costos por seguros y fletes. (DANE, 2013)

provenientes de México, ocasionada por las menores compras de vehículos, partes y accesorios.

Tabla 4. Colombia: Origen de las importaciones 2005 - 2012

ORIGEN	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total importaciones/1	21.204	26.162	32.897	39.669	32.898	40.683	54.675	58.632
Grupos comerciales de origen								
Aladi	6.257	8.153	9.757	10.122	8.279	10.761	14.544	15.416
Comunidad Andina de Naciones	2.290	1.332	1.484	1.770	1.563	1.890	2.257	2.261
MERCOSUR**	1.833	2.517	3.166	3.302	3.257	3.966	4.754	5.282
G-3	2.976	3.788	4.439	4.324	2.343	4.161	6.622	-
Unión Europea	2.934	3.480	4.063	5.300	5.097	5.451	7.074	7.264
Principales países de origen								
Estados Unidos	6.006	6.920	8.569	11.437	9.456	10.437	13.549	14.035
Venezuela	1.219	1.498	1.366	1.198	563	305	563	527
México	1.757	2.291	3.073	3.126	2.298	3.857	6.059	6.362
Brasil	1.383	1.885	2.394	2.328	2.147	2.370	2.740	2.796
Alemania	774	933	1.205	1.557	1.338	1.611	2.147	2.240
Japón	705	945	1.231	1.153	825	1.157	1.438	1.654
España	333	387	456	568	442	502	614	776
china	1.617	2.219	3.327	4.549	3.715	5.477	8.176	9.565
Ecuador	529	697	733	810	695	835	1.066	1.068
Resto de países	6.881	8.388	10.545	12.943	11.418	14.132	18.323	19.609

Fuente: Elaboración propia con datos de Informe DANE 2013.

1/La suma de los parciales no es equivalente al total de las importaciones

** se incluyen Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay

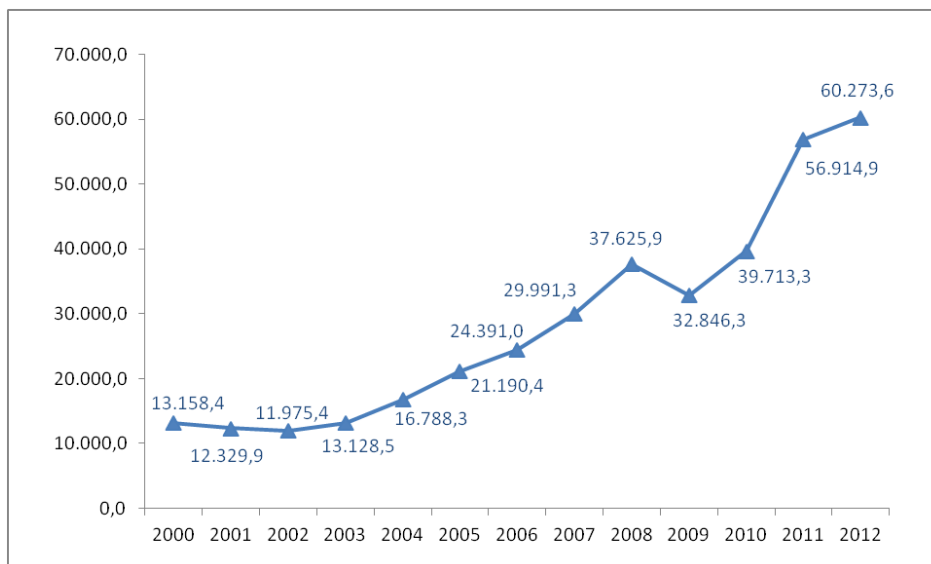
Nota: El total de la Unión Europea corresponde a la suma de las importaciones originarias de los 27 países integrantes actualmente. Se incorporan desde la información de 1994 con el fin de garantizar la comparabilidad de las series estadísticas.

A nivel comparativo se visualiza un incremento año a año, pero es obvia la caída en el año 2009 como consecuencia de la crisis en el año 2008, originada en Estados Unidos, ya que entre los principales factores causantes de la crisis, se encuentran los altos precios de las materias primas debido a una elevada inflación planetaria, la sobrevalorización del producto, crisis alimentaria mundial y energética, y la amenaza de una recesión en todo el mundo, así como una crisis crediticia, hipotecaria y de confianza en los mercados.

Exportaciones

Las exportaciones de Colombia se encuentran en crecimiento constante, de acuerdo al Gráfico 9, podemos observar cómo se han comportado desde el año 2000 al 2012:

Gráfico 9. Valor FOB¹⁷ de las importaciones 2000-2012



Fuente: Elaboración propia con datos de (DANE, Comercio Exterior, 2013)

Dentro de los hechos más importantes se pueden nombrar los siguientes:

- En el año 2012 se vio un incremento del 7.4%, dentro de éstas, las que más crecieron fueron las exportaciones del sector minero (9.3%), en el sector industrial (4.5%). Si a las exportaciones industriales se les quitan los montos de refinación de petróleo, metales preciosos y no ferrosos (oro y ferroníquel principalmente) y el café procesado, se obtiene un crecimiento de 7% en el periodo.
- En el año 2011, las exportaciones tuvieron un incremento respecto al año anterior dividiéndose en un 56,9% en los productos tradicionales (aumento de las ventas de petróleo y sus derivados que crecieron) y un 18,7% en las no tradicionales.

¹⁷ Valor FOB (Free On Board): Corresponde al precio de venta de los bienes embarcados a otros países, puestos en el medio de transporte, sin incluir valor de seguro y fletes. (DANE, Comercio Exterior, 2013)

- Durante el año 2010, las exportaciones no tradicionales disminuyeron 2,9%, debido a las bajas ventas de animales vivos y sus productos (-75,6%) y textiles (-38,7%).
- Durante el año 2009, hubo una disminución en las exportaciones de productos no tradicionales, debido a la reducción de las ventas de confecciones (-50,3%), metales y manufacturas (-36,6%), cueros (56,7%) y animales vivos y sus productos (-30,1%).
- Durante el año 2007, las ventas externas del país se incrementaron un 23,0% al compararlas con las realizadas en el mismo período de 2006, en las exportaciones de productos no tradicionales, atribuible a las mayores ventas de confecciones y vehículos y sus partes.
- Durante 2006, las ventas externas del país se incrementaron un 15,1%, esto por las ventas de metales, sus manufacturas y oro (incluye desperdicios y desechos de oro).

En el caso de las exportaciones por país de destino se puede observar en la Tabla 5:

Tabla 5. Colombia: Destino de las exportaciones 2005 - 2012

Destino	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total exportaciones/1	21.190	24.391	29.991	37.626	32.846	39.713	56.915	60.274
Aladi	5.286	5.828	8.838	10.880	8.071	7.346	9.683	10.843
Comunidad Andina de Naciones	4.182	1.988	2.148	2.456	2.136	3.046	3.373	3.618
MERCOSUR	197	250	558	806	687	1.148	1.635	1.613
Unión Europea*	2.819	3.335	4.362	4.790	4.699	5.019	8.868	9.051
Principales países de destino								
Estados Unidos	8.480	9.650	10.373	14.053	12.879	16.764	21.969	21.982
Venezuela	2.098	2.702	5.210	6.092	4.050	1.423	1.725	2.556
Alemania	339	360	553	638	365	250	420	395
Ecuador	1.324	1.237	1.276	1.500	1.257	1.807	1.909	1.910
Bélgica	368	369	389	460	409	450	621	488
Perú	710	692	806	855	788	1.132	1.323	1.582
Japón	330	324	395	372	336	511	528	360
México	611	582	495	617	536	638	705	835
Resto de países	6.930	8.475	10.493	13.041	12.226	16.737	27.716	30.165

Fuente: Elaboración propia con datos (DANE, Comercio Exterior, 2013)

En el año 2012, las exportaciones destinadas a China registraron un aumento de 68,1% ocasionado por las mayores ventas de combustibles y aceites minerales y sus productos. Durante el mismo período se exportaron a Estados Unidos combustibles y aceites minerales y sus productos. En el año 2011 las exportaciones hacia Aruba crecieron 1.673,1%, y las de España 204,4%, ambas ocasionadas por las mayores ventas de combustibles, aceites minerales y sus productos. Las exportaciones destinadas a Venezuela disminuyeron debido al cierre en las ventas de carnes y despojos comestibles (-100%).

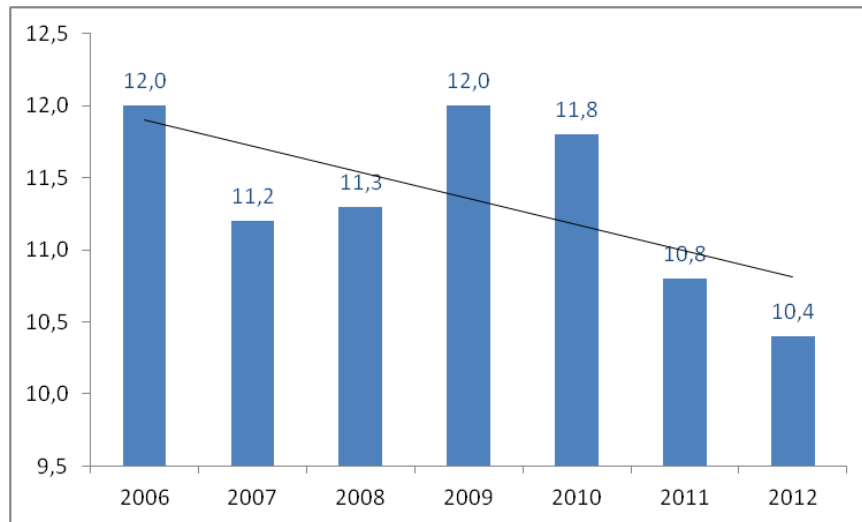
Tasa de desempleo

El índice de desempleo del país tiene una tendencia a la baja desde el año 2006 al 2012, esto de acuerdo a la información proporcionada por el DANE. El año 2012 fue la cifra más baja en los últimos 17 años. (Gráfico 10)

Según la estadística, en el 2011 había 20´770.000 colombianos ocupados, cifra que aumentó en 1.3%, al pasar a 21´040.000 personas ocupadas. Mientras que en el caso de los trabajadores desocupados, esta cifra pasó de 2.261.000 en 2011 a 2.222.222 en 2012, lo que representa una reducción de -1.7%

De acuerdo a comunicaciones emitidas por el Ministerio del Trabajo, la reducción del desempleo obedece a los esfuerzos hechos por el Gobierno Nacional y por el buen desempeño de la economía. (Ministerio del Trabajo, 2013)

Gráfico 10. Tasa de desempleo 2006-2012

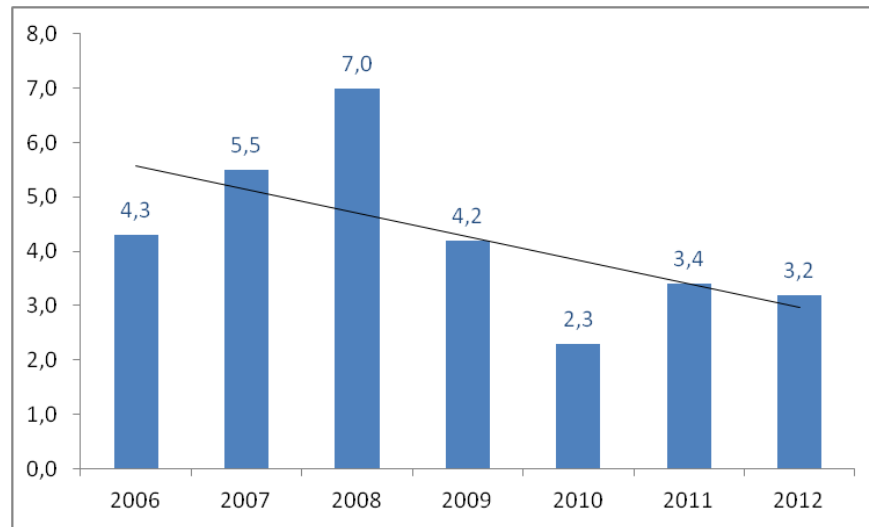


Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

Tasa de Inflación

La tasa de inflación sigue una tendencia decreciente, el año 2012 cerró en 3,2% el cual se situó en el rango propuesto por el Banco de la República, los precios de los bienes industriales y los de origen agropecuario favorecieron este resultado, se espera que para el año 2013 la inflación se ubique entre el 2% y 4%. (Gráfico 11).

Gráfico 11. Tasa de inflación de Colombia 2006-2012



Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

2.5 Política y gobierno

De acuerdo a la constitución¹⁸ actualmente vigente, Colombia es un Estado Social de Derecho organizado en forma de república unitaria con centralización política y descentralización administrativa, es decir que por su tipo de gobierno es República Democrática y su presidente actual es Juan Manuel Santos.

El poder público se encuentra dividido en tres ramas:

- *Poder Legislativo*: cuenta con un Congreso, que a su vez es un parlamento bicameral, conformado por el Senado con 102 miembros (elegidos por voto popular por periodos de cuatro (4) años) y la Cámara de Representantes conformada por 166 miembros (elegidos por voto popular por un periodo de cuatro (4) años, proporcionalmente a la población de cada departamento y el distrito capital, cinco

¹⁸ Constitución Política de Colombia la cual fue promulgada el 6 de julio de 1991, creada por la Asamblea Nacional Constituyente, tuvo una Reforma en 1997. Información tomada de CRESPIAL (Centro Regional para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial de América Latina).

(5) miembros pertenecen a sectores minoritarios como indígenas, afroamericanos y colombianos en el exterior).

- *Poder Ejecutivo*: El presidente y el vicepresidente son elegidos por un periodo de cuatro (4) años, el presidente decide los ministros, para los doce (12) Ministerios (Interior y justicia, Relaciones exteriores, Hacienda, Defensa nacional, Agricultura, Trabajo y Salud, Minas y energía, Comercio, Educación, Medio ambiente, Comunicaciones, Transporte y Cultura).
- *Poder Judicial*: Conformado por la Corte Suprema de Justicia (instancia más alta de la rama judicial, para materias civiles, laborales y penales), Concejo de Estado (encargado del área administrativa de la justicia), Consejo Superior de la Judicatura (encargado de la administración judicial) y la Corte Constitucional (salvaguarda la constitución nacional).

El Consejo Nacional Electoral controla la política en Colombia de acuerdo a la Constitución Nacional

2.6 Sistema Educativo

La educación en Colombia se encuentra fundamentada bajo la concepción integral de la persona humana, de su dignidad, sus derechos y sus deberes, es por lo anterior que se define como un proceso de formación permanente, personal, cultural y social.

De acuerdo a la constitución Política de 1991 y la Ley General de Educación de 1994, se han establecido una política educativa siempre pensando en función de bienestar de los ciudadanos, consagrando el derecho de las personas a acceder a la educación y a su vez asumiendo la responsabilidad de garantizar un servicio educativo de calidad; es por lo anterior que toda la legislación y política administrativa esta direccionada a asegurar un desarrollo personal y colectivo en beneficio de toda la sociedad y a todos los sectores y grupos humanos.

El Ministerio de Educación Nacional es el organismo quien coordina el sistema educativo en Colombia, con ayuda de 78 secretarías de educación las cuales gestionan y organizan cada región. La educación está dividida en privada y estatal, siendo la educación estatal más económica en comparación con la privada. La política pública en educación es definida a través del plan decenal de educación y los planes sectoriales de educación en los niveles nacionales, departamental, distrital y municipal.

“El Estado, la sociedad y la familia son responsables de la educación, que será obligatoria entre los cinco y los quince años de edad y que comprenderá como mínimo, un año de preescolar y nueve de educación básica. La educación básica será gratuita en las instituciones del Estado, sin perjuicio del cobro de derechos académicos a quienes puedan sufragarlos” (UNESCO, 2011).

De acuerdo al Art. 69 de la Constitución Colombiana se contempla: *“se garantiza la autonomía universitaria. Las universidades podrán darse sus directivas y regirse por sus propios estatutos, de acuerdo con la ley. La ley establecerá un régimen especial para las universidades del Estado. El estado fortalecerá la investigación científica en las universidades oficiales y privadas y ofrecerá las condiciones especiales para su desarrollo. El Estado facilitará mecanismos financieros que hagan posible el acceso de todas las personas aptas a la educación superior”*

En Colombia podemos observar dos tipos de Educación:

Educación Formal:

A educación formal se encuentra formado por cuatro niveles:

- Educación preescolar: se refiere a niños menores de 6 años de edad, la cual es obligatoria. Se ofrece de manera gratuita en las escuelas oficiales.

- Educación básica (primaria y secundaria): Esta se divide en dos la (i) primaria que corresponde de 1° a 5° grado, impartidos a niños entre los 6 y 10 años de edad, y la (ii) secundaria o bachillerato la cual corresponde desde grado 6 hasta el 11, y es impartido a niños entre 10° y 14° años de edad. Se ofrece de manera gratuita en las escuelas oficiales.

- Educación media vocacional: Esta comprende desde el grado 10° y 11°, para alumnos entre 15 y 16 años de edad, la cual culmina con el título de bachiller. Se ofrece de manera gratuita en las escuelas oficiales.

- Educación superior: se imparte en dos niveles:
 - i. Pregrado: estos programas preparan al estudiante para desempeñar actividades en campos de naturaleza tecnológica, científica, en el área de humanidades, artes, filosofía entre otros. En este nivel se encuentra carreras profesionales los cuales tienen una duración entre 4 y 5 años, las licenciaturas en docencia tienen una duración de 4 a 5 años, las carreras tecnológicas duran 3 años y por ultimas las carreras técnicas de 1 a 2 años. Para acceder a los programas de posgrado es necesario tener el título de bachiller y aprobar de forma obligatoria una prueba del Estado llamado Examen ICFES, el cual fue implantado por el Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior, este examen es un requisito para graduarse de bachiller así como para los procesos de admisión de las universidades.

 - ii. Posgrado: en este se refiere a las especializaciones, maestrías y doctorados, también son considerados los diplomados, cursos de educación continua, educación para el trabajo y desarrollo humano (nuevas técnicas y actualización).

Las especializaciones y maestrías o posgrados, están dirigidos hacia el crecimiento del sector productivo. El Doctorado esencialmente busca la formación de investigadores y la creación de conocimiento nuevo, es una herramienta para impulsar el avance de la ciencia.

Adicional a los cuatro niveles Colombia también maneja dos modalidades de educación:

- Educación especial, la cual se refiere a aquellos estudiantes sobresalientes o con deficiencias físicas, mentales, emocionales, sociales o alguna dificultad especial en el aprendizaje.
- Educación de adultos, promovido por el Ministerio de Educación Nacional este programa con el objetivo de erradicar el analfabetismo.
- Educación rural: se han creado instituciones agrícolas nacionales las cuales tienen un enfoque hacia el desarrollo del agro, para contribuir con el desarrollo del país.
- Educación de minorías étnico-lingüísticas: este programa presta asesoría y apoyo financiero a las comunidades de acuerdo a sus necesidades socio-culturales. Este tipo de educación ha sido respetado, como una educación oficial basada en su cultura propia y una nacional.

Instituciones de Educación Superior¹⁹

Las Instituciones de Educación Superior (IES) son las entidades que cuentan, con arreglo a las normas legales, con el reconocimiento oficial como prestadoras del servicio público de la educación superior en el territorio colombiano. Estas se clasifican de acuerdo a su carácter académico (A) o de acuerdo a su naturaleza jurídica (B).

Clasificación A: (carácter académico)

¹⁹ (Ministerio de Educación Nacional, 2010)

El carácter académico constituye el principal rasgo que desde la constitución (creación) de una institución de educación superior define y da identidad respecto de la competencia (campo de acción) que en lo académico le permite ofertar y desarrollar programas de educación superior, en una u otra modalidad académica.

Según su carácter académico, las Instituciones de Educación Superior (IES) se clasifican en:

- Instituciones Técnicas Profesionales:
 - Pregrado: programas técnicos profesionales.
 - Posgrado: especializaciones técnicas profesionales.

- Instituciones Tecnológicas:
 - Pregrado: programas técnicos profesionales y programas tecnológicos.
 - Posgrado: especializaciones técnicas profesionales y especializaciones tecnológicas.

- Instituciones Universitarias o Escuelas Tecnológicas:
 - Pregrado: programas técnicos profesionales, programas tecnológicos y programas profesionales.
 - Posgrado: especializaciones técnicas profesionales, especializaciones tecnológicas y especializaciones profesionales.

- Universidades:
 - Pregrado: programas técnicos profesionales, programas tecnológicos y programas profesionales.
 - Posgrado: especializaciones técnicas profesionales, especializaciones tecnológicas, especializaciones profesionales y maestrías y doctorados, siempre que cumplan los requisitos señalados en los artículos 19 y 20 de la Ley 30 de 1992.

Las modalidades de formación a nivel de pregrado son:

- Modalidad de Formación Técnica Profesional (relativa a programas técnicos profesionales)
- Modalidad de Formación Tecnológica (relativa a programas tecnológicos)
- Modalidad de Formación Profesional (relativa a programas profesionales)

Clasificación B: (naturaleza jurídica)

De acuerdo a sus características que desde lo jurídico y administrativo que distinguen una de la otra, tiene que ver con el origen de su creación, es decir, que las instituciones de educación superior son privadas o son públicas.

Las instituciones de educación superior de origen privado deben organizarse como personas jurídicas de utilidad común, sin ánimo de lucro, organizadas como corporaciones, fundaciones o instituciones de economía solidaria. Estas últimas aún no han sido reglamentadas.

Las instituciones de educación superior públicas o estatales se clasifican, a su vez en:

- *Establecimientos públicos*: tienen el control de tutela general como establecimiento público.
- *Entes universitarios autónomos*: gozan de prerrogativas de orden constitucional y legal que inclusive desde la misma jurisprudencia ha tenido importante desarrollo en cuanto al alcance, a tal punto de señalar que se trata de organismos que no pertenecen a ninguna de las ramas del poder público, ya que tienen autonomía especial en materia de contratación, régimen especial salarial para sus docentes, tienen un manejo especial en materia presupuestal y tienen aportes especiales que deben mantenerse por parte del Gobierno Nacional.

En Colombia todos los programas de instituciones de educación superior tener un reconocimiento por parte del Ministerio de Educación Nacional, y es el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SNIES), en este sistema se recopila y organiza la información relevante sobre la educación superior que permite hacer planeación, monitoreo, evaluación, asesoría, inspección y vigilancia del sector. Se puede encontrar información sobre todas las instituciones de educación superior registradas y sus carreras, así mismo, reportes de los programas que se ofrecen en el país y tienen el Registro Calificado (que cumplen las condiciones legales para ser ofrecidos). Como podemos observar a continuación:

Tabla 6. Número de Universidades por departamento

Departamento	Número de Universidades
Bogotá	115
Antioquia	52
Atlántico	17
Bolívar	13
Cundinamarca	11
Boyacá	7
Caldas	6
Cauca	6
Huila	5
Córdoba	3
Cesar	2
Chocó	2
Guajira	2
Amazonas	1
Arauca	1
Caquetá	1
Casanare	1
Guainía	0
Guaviare	0
Total	245

Fuente: Elaboración propia con datos de Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SNIES)

Tabla 7. Número de programas de acuerdo su nivel de formación

Nivel de formación	Nivel de educación	Número de programas	Metodología
Universitaria	Pregrado	5529	Presencial
		67	Distancia virtual
		380	Distancia tradicional
	Posgrado (Especialización)	6049	Presencial
		79	Distancia virtual
		224	Distancia tradicional
	Posgrado (Maestría)	1266	Presencial
		23	Distancia virtual
		6	Distancia tradicional
	Posgrado (Doctorado)	227	Presencial
		0	Distancia virtual
		0	Distancia tradicional
Formación técnica profesional	Pregrado	1516	Presencial
		73	Distancia virtual
		76	Distancia tradicional
Tecnológica	Pregrado	3059	Presencial
		71	Distancia virtual
		292	Distancia tradicional

Fuente: Elaboración propia con datos de Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SNIES)

Educación informal

La educación informal y la educación para el trabajo y el desarrollo humano, se encuentra regulada por el Ministerio de Educación Nacional y tiene carácter de educación continua.

- Educación informal: Esta clasificación corresponde a cursos que no están direccionados hacia un tipo de grado, bajo estos cursos son considerados los entrenamientos para los empleados (entrenamiento) y debido al objetivo de estos cursos y del número horas no exige una regulación por el Ministerio de Educación Nacional o de las Secretarías de Educación departamentales o distritales.
- Educación para el trabajo: este tipo de educación proporcionada por instituciones educativas oficiales y privadas, y los requisitos exigidos son mínimos por parte del Ministerio de Educación Nacional, este tipo de educación ofrece a los estudiantes títulos de nivel técnico, las cuales están dirigidas a la capacitación para la subsistencia de primera mano.

CAPÍTULO III. LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN COLOMBIA

3.1 La inversión extranjera directa en el mundo

Para analizar el panorama mundial de la inversión extranjera nos basaremos en el informe World Investment Report 2012, el cual es elaborado por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), el cual analiza las tendencias más recientes de la Inversión Extranjera Directa (IED), conjuntamente apoyándome en el Informe de la Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe año 2011 publicado por la Unidad de Inversiones y Estrategias Empresariales de la División de Desarrollo Productivo y Empresarial de la CEPAL.

El informe de World Investment Report del año 2012 se enfocó en las políticas de inversión, esto se debe a que en el año 2011 muchos países siguieron liberalizando y fomentando la inversión extranjera en diversos sectores para estimular el crecimiento, así como la introducción de nuevas medidas de regulación y restricción en algunos casos por motivos de política industrial.

Las políticas internacionales de inversión están en cambio constante, en el año 2012 siguen disminuyendo los tratados bilaterales de inversión, dando paso a la intensificación de políticas regionales de inversión, influenciadas por el desarrollo sostenible.

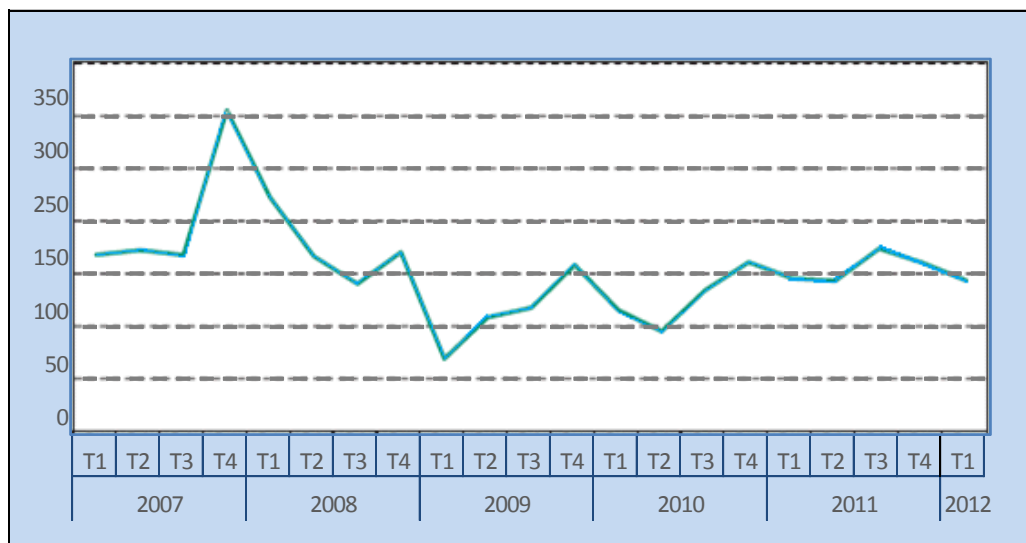
En el caso de los proveedores estos necesitan ayuda para cumplir con los códigos de responsabilidad social de las empresas, ya que estas pueden ser obstáculos en el caso de los países en desarrollo, en especial a las Pymes²⁰. Es por esto que quienes crean las políticas deben prever estas dificultades y crear nuevas oportunidades para los proveedores incorporando el tema de la responsabilidad social en los programas de desarrollo y fomentando la capacidad empresarial.

²⁰ Pymes: pequeñas y medianas empresas

3.1.1 Tendencias mundiales de Inversión

Primero analizaremos de forma global la IED trimestralmente desde el año 2007 al primer trimestre del año 2012, este índice Global está basado en datos trimestrales sobre los flujos de IED de 82 países. El índice ha sido calibrado para que el promedio de los flujos trimestrales en 2005 sea equivalente a 100. (Gráfico 12).

Gráfico 12. Índice Global de Inversión Extranjera Directa 2007-2012 (trimestral)



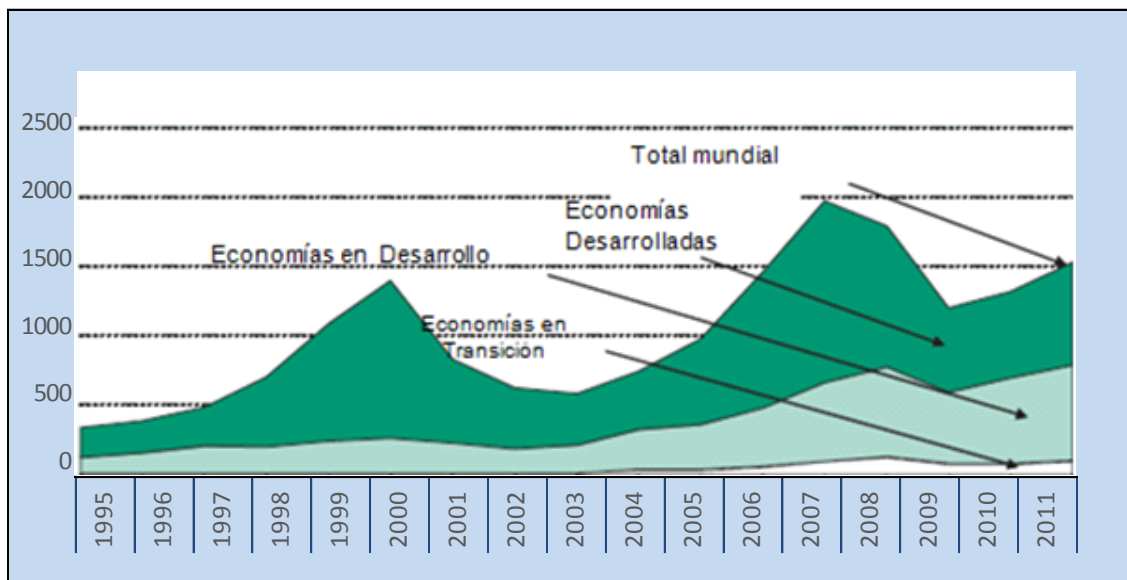
Fuente: Elaboración propia con datos de UNCTAD WIR 2012

Los flujos mundiales de entrada de inversión extranjera directa (FDI), han tenido un incremento del 16% en el año 2011, superando los efectos de la crisis financiera y económica 2008 – 2009, esto se debió a un crecimiento en las utilidades de las transnacionales, adicionalmente se dio un crecimiento relativo de los países en desarrollo, lo cual se debió a fusiones y adquisiciones de las transnacionales. Los flujos de IDE crecieron moderadamente en el 2012, pero la fragilidad de la economía mundial y la volatilidad de los mercados financieros van a tener un impacto sobre estos flujos.

3.1.2 Análisis por su Geografía

En los ingresos de inversión extranjera directa, se puede observar un aumento en los flujos de IED en el año 2011, lo cual fue generalizado en los tres principales grupos: economías desarrolladas, economías en desarrollo y economías en transición. Las economías en desarrollo continuaron absorbiendo casi la mitad de la IED global y las economías en transición otro 6%. (Gráfico 13).

**Gráfico 13. Entradas de IED, Global y por grupo de económicas 1995-2011
(Billones de dólares)**



Fuente: Elaboración propia con datos de UNCTAD WIR 2012/ (www.unctad.org / fdi statistics).

El crecimiento en las economías en desarrollo se obtuvo a través de las fusiones y adquisiciones, mientras que en las economías en transición su crecimiento se debió a las inversiones “green field” (inversiones en compañías nuevas).

En las economías desarrolladas el crecimiento de la IDE se debe a las ganancias provenientes de la reinversión de las inversiones existentes, adicionalmente podemos analizar que los montos de este tipo de economía corresponde casi a la mitad

de la IED global, esto es por las inversiones en Asia y porque en América Latina y el Caribe se registro un crecimiento por arriba del promedio.

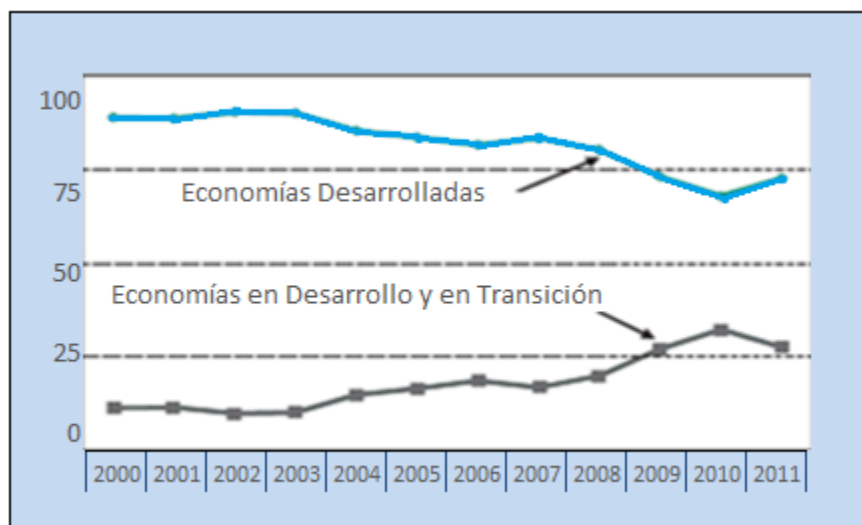
Los flujos de la inversión extranjera directa hacia América Latina representa un 27% del total global del año 2011; en el caso de Asia y China un 8% e India un 31% se incrementó su IDE, y la disminución en el caso de África durante el año 2009 y 2010 continuaron en el año 2011 pero a un ritmo más lento.

3.1.3 Salida “Outflows” de la Inversión Extranjera Directa de los países emisores

El crecimiento de los flujos de salida de IED de las economías en desarrollo que se estaba observando desde el año 2004, perdió impulso en el año 2011.

En el caso de las economías desarrolladas después de la crisis del años 2005 al 2007, en el año 2010 se observa un incremento. (Gráfico 14).

Gráfico 14. Flujos de Salida de IED, de los principales grupos económicos 2000-2011



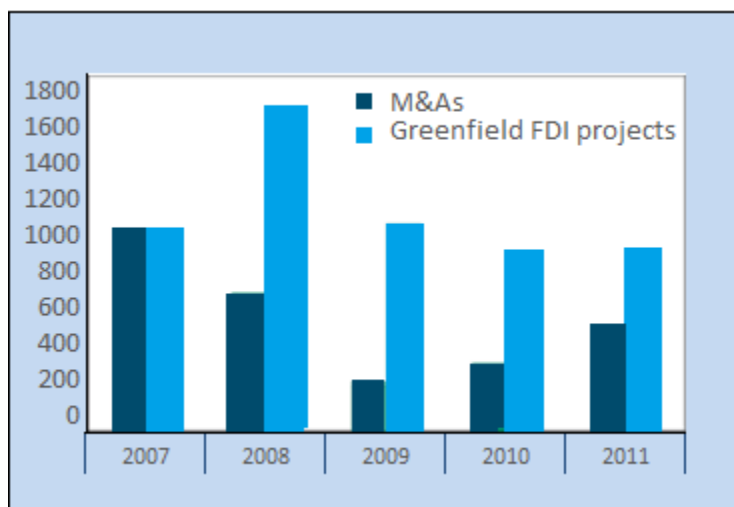
Fuente: Elaboración propia con datos de UNCTAD WIR 2012/ (www.unctad.org/fdi_statistics).

De forma global se puede observar un crecimiento del 17% durante el año 2011, principalmente por el aumento en un 25% de las salidas de IED de los países desarrollados, y los países en desarrollo decrecieron un 4%, como resultado de esto la participación de las economías en transición y en desarrollo en la IED global de salidas decayeron un 32% en el 2010 al 27% en 2011.

3.1.4 Modos de Inversión extranjera directa

Las fusiones y adquisiciones y las nuevas inversiones (greenfield) han mostrado tendencias divergentes en los últimos tres años, ya que el primero modo a sufrido un aumento y los proyectos nuevos de inversión en lento declive, aunque el valor de las nuevas inversiones es mucho mayor. (Gráfico 15).

Gráfico 15. Valor de las Fusiones y Adquisiciones y proyectos de IED en nuevas instalaciones en todo el mundo, 2007-2011



Fuente: Elaboración propia con datos de UNCTAD WIR 2012/ www.fDimarkets.com

En este gráfico se puede analizar que las fusiones y adquisiciones (M&As) han tenido un crecimiento del 53% en el año 2011, especialmente en formas de tratos muy grandes, en contraste de las inversiones nuevas (greenfield) quienes permanecieron

sin cambios en términos de valor (\$904 Billones de dólares), a pesar de un comportamiento fuerte durante el primer trimestre.

Las fusiones y adquisiciones y las nuevas inversiones impactan de manera diferente en las economías de los países receptores, especialmente en las primeras fases de la inversión, en el corto plazo las fusiones y adquisiciones no brindan los mismos beneficios que las inversiones nuevas.

3.1.5 Inversión extranjera directa por sector e industria

Los sectores económicos se dividen en tres grupos:

- Primario: minería, canteras y petróleo
- Manufactura:
 - o Comida, Alimentos, bebidas y tabaco
 - o Carbón, petróleo y combustible nuclear
 - o Sustancias y productos químicos
 - o Equipos eléctricos y electrónicos
 - o Vehículos de motor y otro material de transporte
- Servicios:
 - o Electricidad, gas y agua
 - o Transporte, almacenamiento y comunicaciones
 - o Finanzas
 - o Servicios a empresas

En la Tabla 8, podemos observar cómo se ha comportado la IED bajo la división por sectores.

Tabla 8. Distribución por sector de los proyectos de IED, 2005-2011 (Miles de millones de dólares y porcentajes)

AÑO	VALOR			PARTICIPACIÓN		
	PRIMARIO	MANUFACTURA	SERVICIOS	PRIMARIO	MANUFACTURA	SERVICIOS
PROMEDIO 2005-2007	130	670	820	8	41	50
2008	230	980	1130	10	42	48
2009	170	510	630	13	39	48
2010	140	620	490	11	50	39
2011	200	660	570	14	46	40

Fuente: Elaboración propia con datos de UNCTAD WIR 2012/ www.fDimarkets.com

Se puede observar que los flujos de IED han tenido un crecimiento en los tres sectores (el primario, manufactura y el de servicios), en el caso de los sectores de servicios y el primario, tuvieron una recuperación en el año 2011, después de una corta caída en los años 2009 y 2010.

El valor de los proyectos en manufactura creció un 7% en el 2011, debido a que la industria química creció un 65% y la industria automotriz se vio fuertemente afectada por la incertidumbre económica.

En el caso de los servicios, este sector creció un 15% en el año 2011, de los cuales los servicios no financieros representaron el 85% del total.

3.1.6 Las tendencias de la inversión extranjera directa por región

En el siguiente cuadro se muestran los flujos de la inversión extranjera directa por región y de acuerdo a su tipo de economía tanto de las entradas (inflows) como de las salidas (outflows). (Tabla 9)

Tabla 9. Flujos de la IED por región 2009-2011 (Miles de millones de dólares y porcentajes)

REGION	IED ENTRADAS			IED SALIDAS		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011
Mundial	1.197,8	1.309,0	1524,4	1.175,1	1.451,4	1.694,4
Economías Desarrolladas	606,2	618,6	747,9	857,8	989,6	1.237,5
Economías en Desarrollo	519,2	616,7	684,4	268,5	400,1	383,8
Africa	52,6	43,1	42,7	3,2	7,0	3,5
Este y Sur-Este Asia	206,6	294,1	335,5	176,6	243,0	239,9
Sur Asia	42,4	31,7	38,9	16,4	13,6	15,2
Oeste Asia	66,3	58,2	48,7	17,9	16,4	25,4
Latinoamerica y el Caribe	149,4	187,4	217,0	54,3	119,9	99,7
Economías en Transición	72,4	73,8	92,2	48,8	61,6	73,1
Economías estructuralmente débil, vulnerables y pequeñas	45,2	42,2	46,7	5,0	11,5	9,2
Países menos desarrollados (LDCs)	18,3	16,9	15,0	1,1	3,1	3,3
Países en desarrollo sin litoral (LLDCs)	28,0	28,2	34,8	4,0	9,3	6,5
Los pequeños Estados insulares en desarrollo (SIDS)	44,4	4,2	4,1	0,3	0,3	0,6
Memorandum: Porcentaje de participación en los flujos mundiales de IED						
Economías Desarrolladas	50,6	47,3	49,1	73,0	68,2	73,0
Economías en Desarrollo	43,3	47,1	44,9	22,8	27,6	22,6
Africa	4,4	3,3	2,8	0,3	0,5	0,2
Este y Sur-Este Asia	17,2	22,5	22,0	15,0	16,7	14,2
Sur Asia	3,5	2,4	2,6	1,4	0,9	0,9
Oeste Asia	5,5	4,4	3,2	1,5	1,1	1,5
Latinoamerica y el Caribe	12,5	14,3	14,2	4,6	8,3	5,9
Economías en Transición	6,0	5,6	6,0	4,2	4,2	4,3
Economías estructuralmente débil, vulnerables y pequeñas	3,8	3,2	3,1	0,4	0,8	0,5
Países menos desarrollados (LDCs)	1,5	1,3	1,0	0,1	0,2	0,2
Países en desarrollo sin litoral (LLDCs)	2,3	2,2	2,3	0,3	0,6	0,4
Los pequeños Estados insulares en desarrollo (SIDS)	0,4	0,3	0,3	0,0	0,0	0,0

Elaboración propia con datos de UNCTAD WIR 2012/www.unctad.org/fdistatistics

En el año 2011 las entradas (inflows) de las economías desarrolladas, en desarrollo y en transición han tenido un crecimiento de la siguiente manera:

- Las economías en desarrollo aportaron un 45%, este incremento fue por el Este y Sur Este de Asia con una participación del 50% y América Latina.
- En las economías en transición, se debió por al Sur Este de Europa y los estados independientes de Commonwealth quienes participaron con el 6% del total global.

En la región de las economías estructuralmente débiles y vulnerables de las pequeñas economías tuvieron una recuperación al incrementar su participación de \$42.2 miles de

millones de dólares en el 2010 a \$46.7 miles de millones en el 2011, esto se debió al fuerte crecimiento de la IED en los Países en desarrollo sin litoral. Sin embargo a pesar de este incremento en el total de la región fue casi invisible ya que los países menos desarrollados y los pequeños estados insulares en desarrollo continuaron disminuyendo sus entradas.

En las salidas (outflows) podemos observar que fue principalmente producida por los países desarrollados, mientras que en las economías en desarrollo en comparación con el año 2010 decayeron en el año 2011, esto se debió a las disminuciones significativas de los flujos de América Latina y el Caribe y la desaceleración del crecimiento de las inversiones de la economía en desarrollo de Asia.

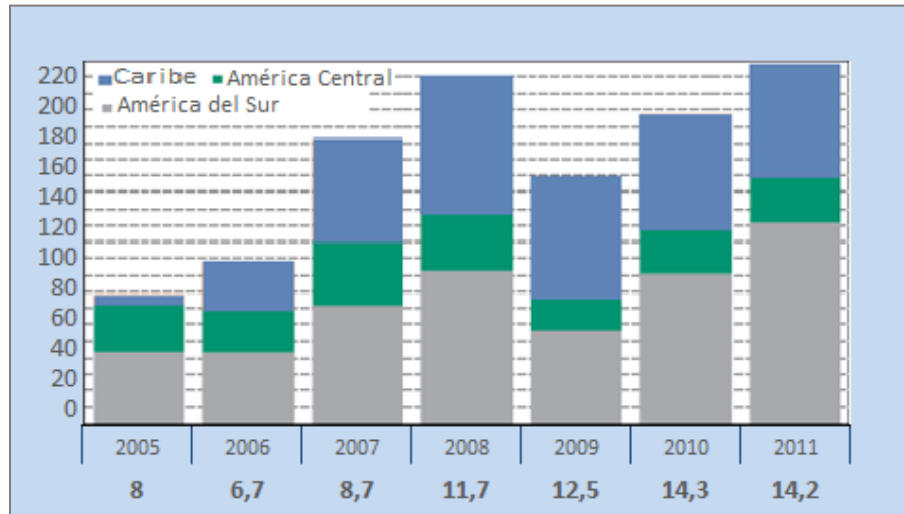
3.1.7 Análisis América Latina y el Caribe

La inversión extranjera hacia América Latina siguió aumentando significativamente en los últimos años, de un monto de alrededor de \$98MM²¹ miles de millones de dólares en el 2006, alcanzó los \$217MM en el año 2011. (Gráfico 16).

América Latina representa entre los países en desarrollo, una de las regiones más atractivas a la inversión extranjera directa y si incluimos los países del Caribe aun más.

²¹ Miles de millones de dólares

Gráfico 16. Flujos de la IED entradas (inflows) 2005-2011



Fuente: Elaboración propia con datos de UNCTAD WIR 2012

Los flujos de IED hacia América Latina y el Caribe crecieron un 16% en el año 2011, impulsadas por el aumento en América Latina, la cual se incrementó un 34%, esto fue a causa de la expansión de los mercados de consumo, a las altas tasas de crecimiento, a la abundancia de recursos naturales y a la tasa alta de rendimiento de la inversión. En el caso de América central y Caribe aumentaron un 4%, con excepción de los centros financieros transnacionales quienes disminuyeron un 4%.

La IED acumulada en la región rebasó los \$2MM, cifra que representa casi la mitad del PIB regional.

En el año 2011 Brasil fue el principal receptor de IED con entradas (inflows) incrementándose con un 37%, lo que representa un 55% del total de América del Sur y un 31% del total de la región. Otros países que mostraron incrementos fuertes fueron México con \$19,5MM Chile con \$19,5MM y Colombia con un \$13.2MM.

Las entradas (inflows) a México representaron el 69% del total de las entradas de la IED del Centro América y el Caribe, esto ha decrecido en un 6% por una caída del 85% de las ventas de las fusiones y adquisiciones en el exterior en el 2011, sin

embargo la IED del sector automotriz y sus accesorios (la mayoría de esta industria está en manos extranjeras) tuvieron un fuerte auge las compañías de autos internacionales continuaron invirtiendo especialmente en vehículos pequeños y ahorradores de gasolina y sus accesorios.

Las inversiones realizadas en manufactureras de equipo original han creado pequeñas y medianas empresas en el sector de autopartes, las inversiones de proyectos nuevos en la industria automotriz del 2006-2012 están estimadas en un total de 15MM.

Tabla 10. La distribución por rango de los flujos de IED 2011

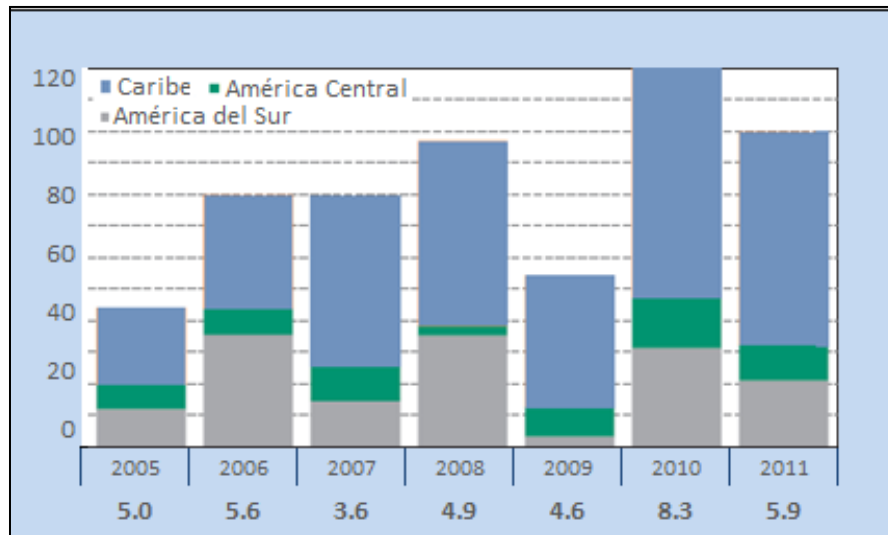
RANGO	ENTRADAS	SALIDAS
Sobre \$10 Billones	Brasil, Islas Vírgenes Británicas, México, Chile, Colombia	Islas Vírgenes Británicas, Chile
\$5.0 a \$9.9 Billones	Perú, Islas Caimán, Argentina, Venezuela	México, Colombia
\$1.0 a 4.9 Billones	Panamá, República Dominicana, Uruguay, Costa Rica, Bahamas, Honduras, Guatemala, Nicaragua	Islas Caimán, Panamá, Argentina
\$0.1 a 0.9 Billones	Bolivia, Trinidad & Tobago, Ecuador, Aruba, El Salvador, Barbados, Paraguay, Jamaica, Haití, Guyana, San Cristóbal y Nieves, San Vicente y las Granadinas, Cuba	Bahamas, Venezuela, Perú
Menos de \$0.1 Billones	Islas Turcas y Caicos, Belice, Isla Santa Lucía, Curazao, Antigua y Barbuda, Granada, Anguilla, Montserrat, Isla San Martín, Suriname	Jamaica, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Nicaragua, Curazao, Islas Turcas y Caicos, Aruba, Belice, Isla San Martín, Honduras, Suriname, Uruguay, República Dominicana, Barbados, Brasil

Elaboración propia con datos de UNCTAD WIR 2012

La inversión de las empresas latinoamericanas del exterior también es un hecho de suma importancia, para el año 2011 los activos de empresas de América Latina en el exterior rebasan el \$1MM. Perú y Venezuela por otra parte, aumentaron sensiblemente la recepción de capitales extranjeros en el 2011, llegando a más de 8.000 y 5.000 MM de dólares respectivamente. En el caso de Colombia se visualiza que en el año 2011 aumenta en un 60% la captación de capitales extranjeros convirtiéndose en uno de los

países del mundo que más rápidamente está atrayendo la inversión extranjera, este incremento fue el más significativo de la región.

Gráfico 17. Flujos de la IED salidas (outflows) 2005-2011



Elaboración propia con datos de UNCTAD WIR 2012

Los flujos de salida de la región se han vuelto volátiles desde el comienzo de la crisis financiera mundial. En el año 2011 disminuyó un 17%, a pesar de llegar hasta 121% en el año 2010 después del desplome en el año 2009 que llegó a 44%. Estas variaciones no siempre están relacionadas con la inversión en actividades productivas en el extranjero, en este caso es por la elevada participación de los centros financieros transnacionales en la IED total, procedente de la región y la repatriación creciente de préstamos entre filiales de una misma empresa realizada por inversores brasileños en el extranjero.

Con respecto a las salidas las inversiones más significativas corresponden a Colombia con \$11.8MM, Chile \$8.3MM y México \$9MM, es decir, que las empresas de inversionistas en el exterior de estos países siguen consolidándose y marcando su presencia en numerosos países del mundo.

Una reconfiguración de inversiones está tomando efecto en la región aunque los inversionistas tradicionales de Europa y Norte América han incrementado sus inversiones en proyectos nuevos de IED (greenfields) en América Latina y el Caribe en el 2011, es por esto que han permanecido como los principales actores en esos proyectos (72% del total del 2011), tomando en cuenta que se han deshecho de más activos de los que han comprado en la región en los últimos tres años y con estas acciones las compañías transnacionales de las economías en desarrollo (Colombia, China, India, México y Japón) son las que están ocupando estas plazas.

Las instituciones financieras europeas se han ido retirando en el año 2012 dejando un hueco que puede ser llenado por instituciones locales o regionales.

A partir de la crisis del 2008 se ha acelerado el cambio en Argentina, México y Brasil lo que ha ocasionado la generación de políticas industriales, para proteger el mercado interno y la manufactura local, a partir del 2003 empezaron a crear planes para promover industrias específicas y actividades. Estas medidas incluyen aranceles más altos, criterios más rigurosos para la obtención de licencias y una mayor preferencia para la producción local en las compras públicas.

Las proyección en la IED en el corto plazo de América Latina y el Caribe son pocas, la región permanecerá atractiva a la IED por su riqueza natural y por su relativas proyecciones altas de crecimiento en un tiempo donde existe incertidumbre global, además de esto el cambio hacia un mayor uso de una política industrial puede ayudar para “saltar las barreras” en la región, y esto ha tenido un efecto en los planes de inversión de las empresas, sin embargo la incertidumbre creada a nivel global por la crisis de deuda europea, está afectando la proyección a corto plazo de la región e impactando en la IED, que es probable que registre un pequeño crecimiento desde el 2012.

3.2 Tipos de instituciones u organismos de asesoría y promoción de inversión extranjera en el mundo

3.2.1 Organismo Multilateral de Garantía de Inversiones MIGA²²

Este organismo es miembro del Grupo del Banco Mundial y promueve las inversiones extranjeras directas (IED) en países en desarrollo, como un respaldo del crecimiento económico, reducir la pobreza y mejorar la calidad de vida de las personas.

Para promover la IED proporciona seguros contra riesgos políticos (PRI, por sus siglas en inglés), como la inconvertibilidad de monedas y restricciones a las transferencias, la expropiación, guerras, terrorismo y disturbios civiles, incumplimiento de contratos, e inobservancia de obligaciones financieras soberanas.

Los proyectos respaldados contribuyen a la generación de empleos, proporcionar agua, electricidad y otros servicios de infraestructura básica, fortalecer los sistemas financieros, generar ingresos tributarios, transferir aptitudes y conocimientos tecnológicos, y ayudar a los países a aprovechar los recursos naturales de una manera sostenible con el medio ambiente.

Otra función es la que actuar como catalizador para recuperar la confianza de los inversionistas en los mercados, así como el resolver conflictos entre inversionistas y gobiernos anfitriones, para que los proyectos que apoya y sus beneficios sigan la senda prevista. La institución también comparte conocimientos como parte de su mandato de apoyar la inversión extranjera directa en los mercados emergentes, destacando su posición como líder de pensamiento y fuente de información relevante para la comunidad dedicada a los seguros contra riesgos políticos.

Se concentra en áreas específicas, a fin de poder marcar la diferencia:

²² (Banco Mundial, 2011)

- Inversiones en países que cumplen los requisitos para recibir financiamiento de la Asociación Internacional de Fomento (AIF).
- Inversiones en países afectados por situaciones de conflicto.
- Inversiones en proyectos complejos (principalmente en infraestructura e industrias extractivas).
- Apoyar las inversiones sur-sur (inversiones entre países en desarrollo).

3.2.2 Corporación Financiera internacional IFC²³

Esta corporación es miembro del Grupo del Banco Mundial, pero goza de independencia jurídica y financiera. Es un inversionista y asesor internacional abocado a promover, en sus países miembros en desarrollo, proyectos viables que sean redituables, financiera y comercialmente sólidos, y sostenibles desde el punto de vista ambiental y social. Por sus siglas en inglés IFC, es una organización dinámica, que se caracteriza por su permanente adaptación a las cambiantes necesidades de sus clientes de los mercados emergentes, anteriormente se definía ante todo por su papel de proveedor de financiamiento para proyectos de empresas de países en desarrollo, pero tiene otros programas como:

- Elaboración de productos financieros novedosos
- Ha ampliado su capacidad de prestar asistencia técnica
- Ha profundizado sus conocimientos especializados sobre dirección, medio ambiente y temas sociales.

Su misión consiste en fomentar la inversión sostenible del sector privado en los países en desarrollo, de esta forma ayudar a reducir la pobreza y mejorar la calidad de vida de la población.

La IFC continúa elaborando nuevos instrumentos financieros que permiten a las empresas administrar el riesgo y tener mayor acceso a los mercados de capital

²³ (Banco Mundial, 2008)

nacionales y del exterior. Los siguientes son algunos de los productos financieros de la IFC:

- Préstamos por cuenta propia
- Préstamos de consorcios
- Financiamiento en forma de capital accionario
- Instrumentos de cuasicapital
- Fondos de deuda y de inversión de capital privado
- Financiamiento estructurado
- Servicios de intermediación
- Instrumentos de gestión de riesgos
- Financiamiento en moneda nacional
- Financiamiento para municipios
- Financiamiento para operaciones comerciales

Actualmente la IFC tiene 182 países miembros, para ingresar en la IFC, un país debe reunir los siguientes requisitos:

- Ser miembro del Banco Mundial (BIRF);
- Haber suscrito el Convenio Constitutivo de la IFC, y
- Haber depositado en la Secretaría del Grupo del Banco Mundial un instrumento de aceptación del Convenio Constitutivo de la IFC.

3.2.3 Centro Internacional de Arreglos de Diferencias Relativas a Inversiones CIADI ²⁴

Establecido en 1966 en virtud del "Convenio sobre arreglo de Diferencias Relativas a Inversiones entre Estados y nacionales de otros Estados", ratificado por 131 países, actualmente se ha incrementado a 143 países miembros. Actúa como una "corte internacional" especialmente diseñada para propiciar la solución de disputas entre

²⁴ (Banco Mundial, 2009)

gobiernos y nacionales de otros Estados, una de sus finalidades es dotar a la comunidad internacional con una herramienta capaz de promover y brindar seguridad jurídica a los flujos de inversión internacionales.

El CIADI mantiene vínculos muy estrechos con el Banco Mundial, aunque es una organización autónoma. Todos los miembros del CIADI son a la vez miembros del Banco, además de que su Consejo Administrativo es dirigido por el Presidente del Banco Mundial. Este Consejo Administrativo está integrado por un representante de cada país que haya ratificado el Convenio sobre arreglo de Diferencias Relativas a Inversiones entre Estados y nacionales de otros Estados.

Actualmente, el Banco Mundial financia decenas de proyectos en México , a los que se canalizan recursos conjuntos, tanto del Banco como del Gobierno Federal, la cartera de proyectos se divide entre los que reciben préstamos, y los que reciben donaciones.

Esta cartera se concentra en las siguientes áreas del Plan Nacional de Desarrollo:

- Inclusión social y reducción de la pobreza.
- Educación y salud básica de los más necesitados.
- Medio ambiente y sustentabilidad ambiental.
- Reforzar la capacidad del gobierno para ofrecer servicios públicos de calidad, eficientes y transparentes en las áreas de vivienda, infraestructura, transporte, agua y saneamiento, por mencionar algunos.
- Aumentar la competitividad, alentando el desarrollo del sector privado y de las actividades productivas.
- Facilitar la participación de la sociedad civil en el diseño, planeación, ejecución y supervisión de los programas de desarrollo.

Las partes en conflicto pueden recurrir voluntariamente al arbitraje del CIADI para resolver sus diferencias pero una vez que hayan recurrido al CIADI no pueden retirarse unilateralmente.

3.2.4 Fondo Multilateral de inversiones FOMIN²⁵

Fundado por 39 países donantes, apoya el desarrollo liderado por el sector privado en beneficio de los pobres, sus negocios, sus cultivos y sus hogares, el propósito es facilitar, a las poblaciones de bajos ingresos, las herramientas para aumentar sus ingresos: el acceso a los mercados y la creación de las capacidades necesarias para competir en esos mercados, el acceso al financiamiento así como el acceso a los servicios básicos.

Parte fundamental de la misión del FOMIN es su papel como laboratorio para el desarrollo, experimentando, innovando y asumiendo riesgos con el fin de construir y apoyar modelos exitosos de negocio para la micro, pequeña y mediana empresa. Con el objetivo de lograr mayor efectividad en sus proyectos, el FOMIN está comprometido a medir rigurosamente y a evaluar el impacto de sus resultados, así como a diseminar activamente el conocimiento generado por sus proyectos para que las soluciones más prometedoras sean ampliamente conocidas y llevadas a mayor escala.

Los instrumentos utilizados por el FOMIN son asistencias técnicas, préstamos e inversiones de capital, así como la combinación de estas herramientas para estructurar mecanismos que permitan compartir el riesgo y crear capacidad institucional.

El FOMIN es el mayor proveedor internacional de asistencia técnica en América Latina y el Caribe y trabaja siempre con socios locales, en su mayoría del sector privado (organizaciones de la sociedad civil, asociaciones de industrias, fundaciones, universidades, cooperativas, empresas e instituciones financieras), para llevar a cabo sus proyectos ya que crea oportunidades económicas y disminuye la pobreza en América Latina y el Caribe a través de modelos innovadores que benefician a los hogares pobres y de bajos ingresos, y a empresarios.

²⁵ (Fondo Multilateral de Inversiones)

Parte de sus actividades son:

- *Reduciendo las barreras de la pobreza:* trabaja para romper las barreras en estas áreas con el fin de estimular el crecimiento productivo y equitativo, y proporcionar un medio sostenible para salir de la pobreza.
- *Herramientas financieras personalizadas:* es el mayor proveedor de asistencia técnica para el desarrollo del sector privado en la región, proporcionando financiamiento en forma de subvenciones, préstamos, garantías, capital y / o cuasi-capital, así como servicios de asesoramiento. este conjunto flexible de instrumentos permite al FOMIN personalizar sus intervenciones a situaciones y condiciones específicas, maximizando así su impacto en el desarrollo.
- *Con socios en el terreno:* el FOMIN invierte en instituciones financieras privadas, que a su vez prestan dichos recursos para micro y pequeñas empresas, y en industrias de capital de riesgo y de inversión de impacto en la región. también se asocia con empresas y fundaciones corporativas en una gran variedad de proyectos e iniciativas de alcance regional.
- *Resultados e impacto:* los programas de monitoreo y evaluación de impacto del FOMIN lo ubican a la vanguardia de la gestión basada en resultados, permitiendo la evaluación constante del impacto en el desarrollo y sostenibilidad de sus proyectos, así como análisis exhaustivo de algunos proyectos selectos.
- *Compartiendo conocimiento:* a través de sus eventos, innovadoras plataformas en línea, publicaciones y otros productos, el FOMIN actúa como un agente de conocimiento, creando oportunidades para la generación de conocimiento cooperativo y el intercambio.
- *Un agente de cambio a través del impacto sistémico:* desde su fundación, el FOMIN ha acumulado una amplia gama de experiencia y conocimientos mediante el desarrollo y la ejecución de más de mil proyectos individuales. los ejemplos incluyen: *microfinanzas, remesas, capital de riesgo, formación de juventud.*
- *Liderazgo en una región en evolución:* el FOMIN mantiene su compromiso de mantenerse a la vanguardia del desarrollo de soluciones innovadoras para los

desafíos del desarrollo en la región. algunos de sus nuevos proyectos más creativos son:

3.2.5 Asociación Mundial de Organismos de Promoción de las Inversiones AMOPI²⁶

Esta Asociación fue creada en 1995, se estableció como una asociación de derecho suizo, y se registro en Ginebra como una organización no gubernamental.

El número de miembros a crecido desde sus inicios, actualmente los miembros incluyen 244 nacionales y sub-nacionales agencias de 162 países diferentes. A través de su amplia gama de actividades, WAIPA (por su siglas en inglés World Association of Investment Promotion agencies) ofrece la oportunidad las agencias de promoción de inversión (IPAs), intercambien a través de redes mejores prácticas en materia de promoción de la inversión. Esta asociación siempre ha dedicado tiempo y esfuerzo en formar un capacitado factor humano para los miembros de las agencias.

Los eventos de capacitación son organizados en coordinación con otros organismos. La membresía está disponible a todas las entidades cuya principal función sea la de “promover en cualquier país, subdivisión política de un país u otro territorio no disputado, como destino para ser fuente de inversión”.

Los objetivos de la WAIPA son los siguientes:

- Promover y desarrollar la comprensión y la cooperación entre los organismos de promoción.
- Fortalecer los sistemas de recopilación de información, promover el uso eficiente de la información y facilitar el acceso a las fuentes de datos.
- Compartir experiencias nacionales y regionales en la atracción de inversión extranjera y aumentar las inversiones externas.

²⁶ (WAIPA, 2010)

- Ayudar a los IPAs en el asesoramiento a sus respectivos gobiernos en la formulación de las políticas de inversión y estrategias de promoción.
- Facilitar el acceso a la asistencia técnica y promover la capacitación de los IPAs.

3.2.6 Asociación Latinoamericana de Organizaciones de Promoción al Desarrollo ALOP²⁷

Es una asociación de organizaciones no gubernamentales de desarrollo (ONGD), provenientes de veinte países de América Latina y el Caribe, creada en 1979, constituye uno de los esfuerzos más duraderos de integración regional entre ONGD de la región.

Fundada en Petropolis (Brasil) se constituyó originalmente como entidad jurídica ecuatoriana, estableciendo en Quito, inicialmente su primera sede. En 1992 trasladó sus oficinas a San José de Costa Rica, donde operó hasta el año 2007, cuando se reconstituyó legalmente como Asociación Civil por derecho mexicano y trasladó su sede a la Ciudad de México, D.F., asumiendo la nueva entidad la continuidad de la trayectoria, compromisos y actividades de la ALOP original.

Entre sus finalidades están: constituir un espacio de encuentro e intercambio de las ONG de desarrollo que la constituyen; elaborar propuestas de desarrollo globales y sectoriales, teniendo en cuenta el acervo de las experiencias y conocimientos de sus asociadas; establecer una relación proactiva con los actores del desarrollo latinoamericano y del Caribe; elevar la eficacia de las ONG en los procesos de desarrollo promoviendo su modernización gerencial e instrumental y su sostenibilidad; y desarrollar capacidad de diálogo y de concertación de las organizaciones de la sociedad civil en la región, en los foros de integración regionales y en los foros internacionales.

²⁷ (Asociación Latinoamericana de Organizaciones de Promoción al Desarrollo , 2011)

ALOP se organiza en tres regiones, cada una de ellas a cargo de un Director Regional: la región Centro América, México y el Caribe (CAMEXCA); la región Andina y la región Cono Sur y Brasil. Cada una de ellas opera como un foro para fomentar el intercambio y sistematización de experiencias y para el planteamiento y evaluación de programas de cooperación comunes de las asociadas respectivas. Al condensar buena parte de la vida de la asociación, se han consolidado como interlocutores activos con los gobiernos y agencias de cooperación, procurando enfoques conjuntos e integrados para los problemas comunes de cada región.

Los Grupos Temáticos de Trabajo de ALOP, concentran el esfuerzo en los campos de mayor prioridad para las asociadas y, por su naturaleza, son transversales a las tres regiones. Actualmente estos Grupos tratan sobre: Hábitat Popular y Derecho a la Ciudad; Migrantes y Desarrollo (referido en especial a los migrantes mesoamericanos); Desarrollo Rural y Financiamiento para el Desarrollo y la Democracia.

3.2.7 Corporación Interamericana de Inversiones IIC²⁸

La Corporación Interamericana de Inversiones (CII) es una institución financiera multilateral perteneciente al Grupo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). La misión de la CII es promover el desarrollo económico de sus países miembros regionales en desarrollo, estimulando el establecimiento, la ampliación y la modernización de empresas privadas, prioritariamente las de pequeña y mediana escala, de tal manera que se complementen las actividades del BID.

La Corporación colabora estrechamente con el Grupo del BID para promover el desarrollo del sector privado mediante actividades conjuntas destinadas a intensificar el apoyo al sector privado en los países miembros regionales en desarrollo. Esta cooperación básicamente consiste en identificar proyectos en los ámbitos de agricultura, manufactura, silvicultura, turismo, infraestructura, salud, educación, mejoras

²⁸ (CII, 2008)

tecnológicas, gestión del riesgo y otras áreas en las que existan programas del BID; acuerdos de cooperación técnica conjunta para ayudar a empresas a tener acceso a los mercados de capitales internacionales; iniciativas conjuntas para identificar mecanismos de promoción de inversiones y apoyo administrativo a través de oficinas regionales.

La CII es la única institución regional multilateral que otorga financiamiento a empresas privadas de América Latina y el Caribe, con especial atención a las pequeñas y medianas empresas (PYME). La CII colabora estrechamente con empresas privadas de toda la región para ayudarlas a responder a desafíos, reformular estrategias comerciales y adoptar nuevas tecnologías que les permitan seguir impulsando el desarrollo.

Los proyectos financiados por la CII han de ofrecer oportunidades de inversión rentable y fomentar el desarrollo económico. Los proyectos deben impulsar el crecimiento económico y promover la buena gestión ambiental creando empleo, ampliando la posibilidad de participación en el capital de las empresas o facilitando la transferencia de recursos y tecnología, por ejemplo. Los proyectos que generen ingresos de divisas o promuevan la integración económica de América Latina y el Caribe también podrán aspirar a recibir financiamiento de la CII.

Todos los proyectos financiados por la CII se someten a un proceso detallado de revisión ambiental y laboral que incluye la evaluación del cumplimiento de la legislación ambiental nacional, las prácticas de manejo de residuos y cuestiones de salud y seguridad en el trabajo. La CII sólo invierte en proyectos con fines de lucro y cobra comisiones y tarifas competitivas por sus productos y servicios.

3.3 La inversión extranjera en Colombia

3.3.1 Normatividad²⁹

La inversión extranjera en Colombia se encuentra bajo el siguiente marco legal:

- Ley 9 de 1991, De las normas en materia de cambios internacionales.
- Decreto 1735 de 1993, por el cual se dictan normas en materia de cambios internacionales.
- Estatuto de Inversiones Internacionales, decreto N° 2080 de 2000 y sus modificaciones, por el cual se expide el Régimen General de Inversiones de capital.
- Resolución Externa No. 8 de 2000 de la Junta Directiva del Banco de la República y sus modificaciones (R.E.8/00 J.D.)
- Circular Reglamentaria Externa DCIN – 83 y sus modificaciones, numerales 7.1. y 7.2.1.

3.3.2 Tipos de inversión Extranjera Directa en Colombia³⁰

De acuerdo al Decreto N° 2080 de 2000, del Estatuto de Inversiones Internacionales, por el cual se expide el Régimen General de Inversiones de Capital del Exterior en Colombia y de capital colombiano en el exterior” (Banco de la República, 2009)

- La adquisición por parte de no residentes de participaciones, acciones, cuotas sociales, aportes representativos del capital de una empresa o bonos obligatoriamente convertibles en acciones.
- La adquisición por parte de no residentes de derechos o participaciones en negocios fiduciarios celebrados con sociedades fiduciarias sometidas a la inspección y vigilancia de la Superintendencia Financiera de Colombia, cuando el objeto del negocio no consista en la adquisición de valores inscritos en el Registro Nacional de Valores y Emisores, de participaciones en carteras

²⁹ (Banco de la Republica, 2012)

³⁰ Idem

colectivas, así como de valores listados en los sistemas locales de cotización de valores del extranjero.

- La adquisición por parte de no residentes de inmuebles, directamente o mediante la celebración de negocios fiduciarios, o como resultado de un proceso de titularización inmobiliaria de un inmueble o de proyectos de construcción
- Los aportes que realice el inversionista no residente mediante actos o contratos, tales como los de colaboración, concesión, servicios de administración, licencia o aquellos que impliquen transferencia de tecnología, cuando ello no implique una participación en una sociedad y las rentas que genere la inversión para su titular dependan de las utilidades de la empresa.
- Las inversiones suplementarias al capital asignado de las sucursales;
- Las inversiones en fondos de capital privado de los que trata el Título Catorce (De los fondos de capital privado) del Libro Primero (Aspectos Generales) de la Parte Tercera (Administración y gestión de las carteras colectivas) del Decreto 2555 de 2010.

3.3.2.1 Modalidad de Inversión Extranjera Directa en Colombia³¹

De acuerdo al Título II (Régimen general de las inversiones de capital del exterior en el país), Capítulo II (Modalidades), Artículo 5 (Modalidades), del Decreto N° 2080 de 2000, del Estatuto de Inversiones Internacionales, por el cual se expide el Régimen General de Inversiones de Capital del Exterior en Colombia y de capital colombiano en el exterior” (Banco de la República, 2009), se indica lo siguiente:

- La importación de divisas libremente convertibles para inversiones en moneda nacional;
- La importación de bienes tangibles tales como maquinaria, equipos u otros bienes físicos, aportados al capital de una empresa como importaciones no reembolsables. Igualmente, los bienes internados a zona franca y que se aportan al capital de una empresa localizada en dicha zona.

³¹ Idem

- El aporte en especie de activos intangibles al capital de una empresa, tales como contribuciones tecnológicas, marcas y patentes de cuyo ejercicio o explotación pueden obtenerse beneficios económicos, susceptibles de amortización o depreciación de acuerdo con las normas contables colombianas;
- Recursos en moneda nacional con derecho a ser remitidos al inversionista de capital del exterior derivados de operaciones de cambio obligatoriamente canalizables a través del mercado cambiario, así como las regalías derivadas de contratos debidamente registrados;
- Recursos en moneda nacional provenientes de operaciones locales de crédito celebradas con establecimientos de crédito destinadas a la adquisición de acciones realizadas a través del mercado público de valores.

3.3.3 Acuerdos y Tratados de inversión extranjera directa

Para contribuir a un mejor posicionamiento de Colombia en el marco internacional y un mejoramiento de la calidad de vida, se está trabajando con base en la estrategia de integración económica plasmada en la Constitución y en el Plan de Desarrollo que busca la suscripción de acuerdos internacionales de comercio de última generación, cuyo objetivo es consolidar a Colombia como un país ciento por ciento confiable y atractivo para el desarrollo de negocios a través de la inversión extranjera.

Al crear estos acuerdos se busca otorgar un entorno jurídico estable para la inversión nacional y extranjera y abrir nuevos mercados para la producción colombiana, con un acceso preferencial, estable y de largo plazo. Es por lo anterior que se está trabajando en una política de atracción de inversión extranjera, mediante Tratados de Libre Comercio (TLC's) y Acuerdos de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones (APPRI's).

A través de los APPRI's se promueve la inversión, al proteger al inversionista, su inversión y los flujos relacionados, y al no crear obstáculos a las inversiones provenientes de la otra Parte.

Acuerdos Internacionales de Inversión vigentes

Tabla 11. Acuerdos internacionales de Inversión vigentes de Colombia

Acuerdo	Entrada en Vigencia	Texto de la norma
TLC G2 (México y Colombia)	1995	Ley 172 de 1994
APPRI Perú	2003	Ley 279 de 1996 (Protocolo modificadorio Ley 801 de 2003)
APPRI España	Septiembre 22 de 2007	Ley 1069 de 2006
TLC Chile	Mayo 8 de 2009	Ley 1189 de 2008
APPRI Suiza	Octubre 6 de 2009	Ley 1198 de 2008
TLC Triángulo Norte (Guatemala, El Salvador y Honduras)	Guatemala: noviembre 12 de 2009 El Salvador: febrero 1 de 2010 Honduras: marzo 27 de 2010	Ley 1241 de 2008

Fuente: Elaboración propia con datos de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

Convenios Internacionales de Protección de La Inversión Extranjera contraídos por Colombia

Tabla 12. Convenios internacionales de Colombia

Convenio	Objeto	Texto de la Norma
<p>Agencia Multilateral de Garantía de Inversiones</p> <p>MIGA</p>	<p>Es un organismo multilateral que brinda respaldo contra riesgos no comerciales como los disturbios y guerras civiles, inconvertibilidad de divisas y expropiación discriminatoria.</p>	<p>Ley 149 de 1994</p>
<p>Centro Internacional de Arreglo de Diferencias Relativas a las Inversiones CIADI / ICSID</p>	<p>El Centro Internacional de Arreglo de Diferencias Relativas a Inversiones -CIADI- (o ICSID por sus siglas en ingles), Colombia tiene la posibilidad de recurrir a un mecanismo de conciliación y arbitramento internacional, especializado en las disputas entre inversionistas y los gobiernos receptores de las inversiones.</p>	<p>Ley 267 de 1995</p>
<p>Corporación de Inversiones Privadas en el Extranjero</p> <p>OPIC</p>	<p>La Corporación tiene como objetivo principal promover y fomentar las inversiones de Estados Unidos hacia los países en desarrollo. Para lograr este fin, la OPIC brinda seguridad y financiación a proyectos inversión contra riesgos como inestabilidad política e inconvertibilidad de divisas.</p>	
<p>Convenio de Cooperación para Países Emergentes</p> <p>PSOM</p>	<p>Apoyo a nuevos proyectos de inversión para el sector privado que se desarrollen conjuntamente entre empresas colombianas y de Países Bajos.</p>	

Fuente: Elaboración propia con datos de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

Tratados de Libre Comercio

El Gobierno de Colombia busca con los tratados de libre comercio el crecimiento económico a través de un aumento en el comercio, inversión nacional e internacional, ya que se estima un incremento en las importaciones de los productos y servicios ya sea en número y cantidad como en países de destino, esto con el fin del bienestar de la población colombiana.

Con los Tratados de Libre Comercio se negocian los siguientes temas:

- Acceso a mercados: con esto se busca que los productos colombianos ingresen a los mercados de otros países sin restricciones o sin altos aranceles que sin un acuerdo sería imposible ingresar, de igual manera se da el acceso a productos de otros países. Existen ciertos productos sensibles que cada país restringe el ingreso.
- Agricultura: su objetivo es que se eliminen o disminuyan las barreras de entrada a otros mercados de los productos agrícolas, así como que las medidas sanitarias, prevención y control de enfermedades de plantas y animales no representen una discriminación a los productos.
- Servicios: para que se establezcan las “reglas del juego” transparentes, y se delimiten que servicios el país desea mantener como reservados.
- Inversión: para protección de los inversionistas colombianos en otros países así como los inversionistas extranjeros en Colombia sea tratados de manera justa y transparente sin discriminación alguna.
- Subsidios “antidumping” y derechos compensatorios: se refiere a evitar las medidas desleales en el comercio de bienes, y evitar los subsidios a sus exportadores, lo que hace q sea imposible competir con los precios para los importadores.
- Política de competencia: para evitar las prácticas anticompetitivas en el comercio de bienes y servicios, no son suficientes las normas nacionales, es por eso que se deben establecer mecanismos para prohibirlas o contrarrestarlas.

- Derechos de propiedad intelectual: en este punto se plantean dos tipos de protección, uno se refiere a la protección internacional a las marcas, trabajos intelectuales (escritores y compositores) o los productores de bienes y servicios que tengan alguna mejora tecnológica, y la segunda se refiere a la protección de los derechos de la población en que los precios sean asequibles y los productos accesibles (como medicina).
- Solución de diferencias: establecer mecanismos justos, transparentes y eficaces para resolver las controversias entre los países.
- Compras del sector público: se refiere al tipo de negociación con los otros países, para que los productos o servicios colombianos tengan acceso al mercado del sector público del país anfitrión.

Actualmente Colombia cuenta con ocho (8) tratados de libre comercio (TLC) vigentes:

- Comunidad Andina CAN, conformada por Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia
- Triangulo Norte de Centroamérica conformado por El Salvador (2010), Honduras (2010) y Guatemala (2009)
- Mercado Común del Sur (Mercosur) conformada por Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay
- México, que en un inicio se llamaba TLC G3 y estaba constituido por Venezuela, México y Colombia, a partir del 2006 Venezuela dejó de pertenecer a este TLC.
- Chile (2009)
- Estados Unidos (2012)
- Canadá (2011)
- Comunidad del Caribe (Caricom), en cual Colombia pertenece a los países observadores.
- EFTA (2010), conformado por cuatro países (4), de los cuales dos (2) ya están en vigor Suiza (2009), Liechtenstein (2009), Noruega e Islandia aun no entran en vigor ya que a pesar de que los cuatro países son miembros del EFTA el acuerdo bilateral se debe negociar con cada uno.

- Acuerdo de alcance parcial con Venezuela (2011), este acuerdo se origino después de que Venezuela denunciara a la Comunidad Andina.

Acuerdos suscritos

- Unión europea, es un acuerdo comercial, firmado en 2012 pero aun no entra en vigencia hasta que sea aprobado por el Congreso Nacional.
- Corea del Sur (2013)

Actualmente se encuentra en negociaciones con:

- Panamá
- Turquía
- Costa Rica
- Israel
- Japón
- Alianza del Pacífico

3.3.4 Mecanismos de promoción y acciones del gobierno para atraer IED

En Colombia con el propósito de estimular la inversión extranjera el Gobierno Nacional reglamentó el nuevo régimen de zonas francas de acuerdo al decreto 4051 del 23 de Octubre de 2007, el cual establece la normatividad y requisitos para el funcionamiento de estas zonas económicas especiales. (Colombia - Presidencia de la República, 2007). Actualmente se encuentran en funcionamiento once Zonas francas repartidas en los municipios de Barranquilla (1), Bogotá (1), Cali (1), Cartagena (2), Cúcuta (1), La Tebaida (1), Palmira (1), Santa Marta (1), Sopó (1) y Rionegro (1). Estas zonas están clasificadas en:

- Zonas Francas Permanentes: estas zonas son áreas del territorio nacional que cuenta con un régimen aduanero y fiscal especial, con el objetivo de fomentar la industrialización de bienes y la prestación de servicios orientados a los mercados externos y de manera subsidiaria al mercado nacional. Estas Zonas

son administradas por un usuario operador. Existen tres (3) clases de zona franca:

- Industriales de bienes y servicios: Para promover y desarrollar el proceso de industrialización y la prestación de servicios destinados principalmente a los mercados externos.
 - Industriales de servicios turísticos: Para promover la prestación de servicios turísticos, destinados al turismo extranjero receptivo y, de forma subsidiaria, al turismo nacional.
 - Industriales de servicios tecnológicos: Para promover y desarrollar empresas de base tecnológica, cuyos productos sean de investigación científica y desarrollo tecnológico, así como nuevos productos y procesos de creación, generación y apropiación de tecnología orientados a la exportación y subsidiariamente hacia el mercado colombiano.
- Zonas Francas Permanentes Especiales: estas son figuras bajo la cual las empresas se pueden instalar en cualquier lugar del país y puede acceder al régimen de zonas francas. Para acceder a esta figura se debe cumplir con requisitos de inversión y de generación de empleos.

Otro tipo de incentivos que se proporciona son:

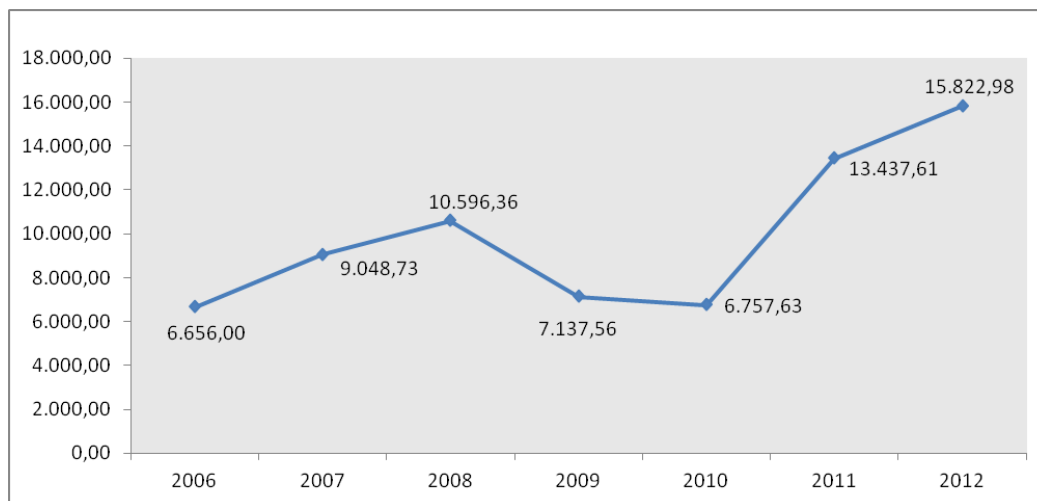
- Beneficios sectoriales, el cual consiste en ciertos beneficios como el no pagar impuesto a la renta por un determinado tiempo, entre otros, dependiendo del sector al cual pertenece la inversión extranjera.
- Inversión y donaciones para desarrollo científico y tecnológico: Los contribuyentes del impuesto sobre la renta que realicen inversiones o donaciones, directa o indirectamente, en proyectos calificados como de carácter científico, tecnológico o de innovación tecnológica o en proyectos de formación profesional de instituciones de educación superior estatales u oficiales y privadas, tendrán derecho a deducir de su renta líquida el ciento setenta y cinco

por ciento (175%) del valor invertido en el período gravable en que se realizó la inversión. Esta deducción no podrá exceder del cuarenta (40%) de la renta líquida, determinada antes de restar el valor de la inversión. (Proexport Colombia, 2011).

3.3.5 Comportamiento y tendencia de la inversión extranjera directa

La inversión extranjera directa en Colombia ha tenido un crecimiento vertiginoso en los últimos 6 años. En total, paso de 6,656 millones de dólares en 2006 a 15,822 millones de dólares en 2012, lo que significa un crecimiento compuesto anual del 15.52% en el periodo. Cabe señalar que dicho crecimiento no fue constante, debido a la crisis financiera mundial, los flujos de inversión extranjera sufrieron un descenso en los años 2009 y 2010 recuperando su tendencia alcista hasta el 2011. (Gráfico 18).

Gráfico 18. Flujos de inversión extranjera directa total (IED) en Colombia 2006-2012



Fuente: Elaboración propia con datos de (Colombia, 2013)

Como se muestra en la Tabla 13, la inversión extranjera directa se divide en: inversión nueva menos reembolsos de capital, reinversión de utilidades e inversión en el sector petrolero. El mayor crecimiento compuesto anual fue para el flujo de reinversión de utilidades con un 22.33% en el periodo, lo cual resulta muy significativo ya que refleja la

confianza sobre la economía colombiana y la expectativa de crecimiento de la misma, además de que disminuye el deterioro en balanza de pagos al haber un mayor flujo de reinversión y menos salida de dividendos en forma de dividendos, regalías y utilidades.

Por otro lado el sector petrolero y la inversión nueva obtuvieron un crecimiento compuesto anual de 17.96 y 9.49% respectivamente en el periodo.

Tabla 13. Flujo de inversión extranjera directa (IED) en Colombia

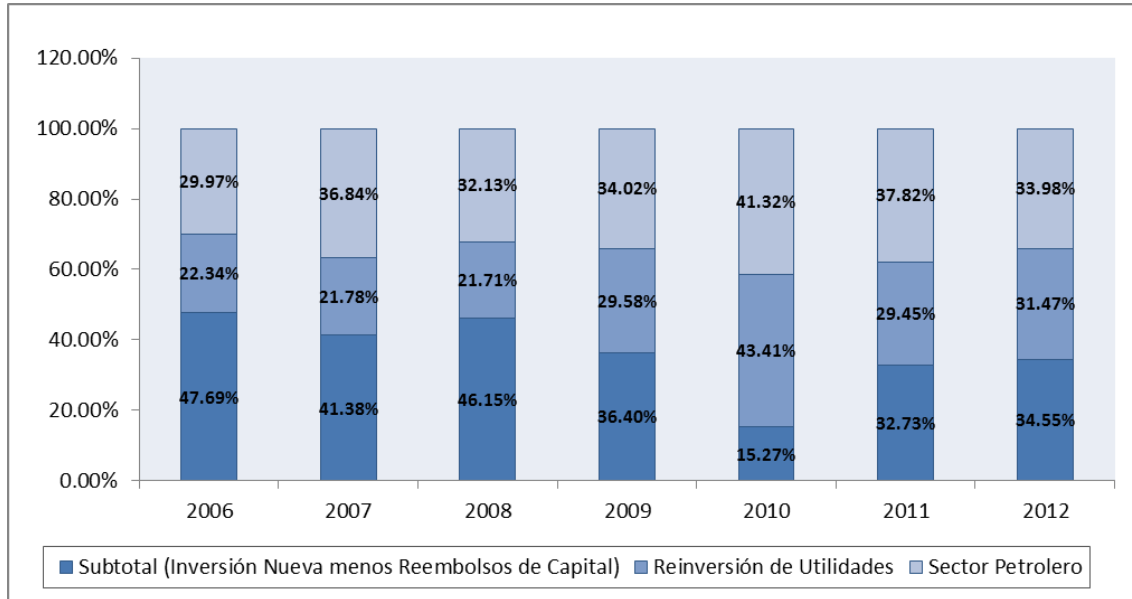
FLUJO DE INVERSION EXTRANJERA DIRECTA	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Subtotal (Inversión Nueva menos Reembolsos de Capital)	3.174,35	3.744,81	4.890,71	2.598,14	1.031,73	4.397,90	5.467,22
Reinversión de Utilidades	1.486,66	1.970,73	2.300,90	2.111,18	2.933,57	3.957,00	4.979,01
Sector Petrolero	1.994,98	3.333,18	3.404,74	2.428,24	2.792,33	5.082,71	5.376,75
Total	6.656,00	9.048,73	10.596,36	7.137,56	6.757,63	13.437,61	15.822,98

Fuente: Elaboración propia con datos de (Colombia, 2013)

El crecimiento anterior de los tres segmentos que conforman la inversión extranjera directa en Colombia en el periodo 2006-2012 originó que hubiese un cambio en la composición porcentual equilibrándose la importancia de cada parte respecto al total.

Como se observa en el Gráfico 19, la reinversión de utilidades paso de representar un 22.34% en 2006 a un 31.47% en el 2012, mientras que el sector petrolero, paso de un 29.97% a un 33.98%, lo anterior derivado de su alto crecimiento por las reformas legales en materia de inversión petrolera en el país. Del total, la inversión nueva paso de un 47.6 a un 34.5% en el periodo.

Gráfico 19. Composición del flujo de inversión extranjera directa (IED) en Colombia



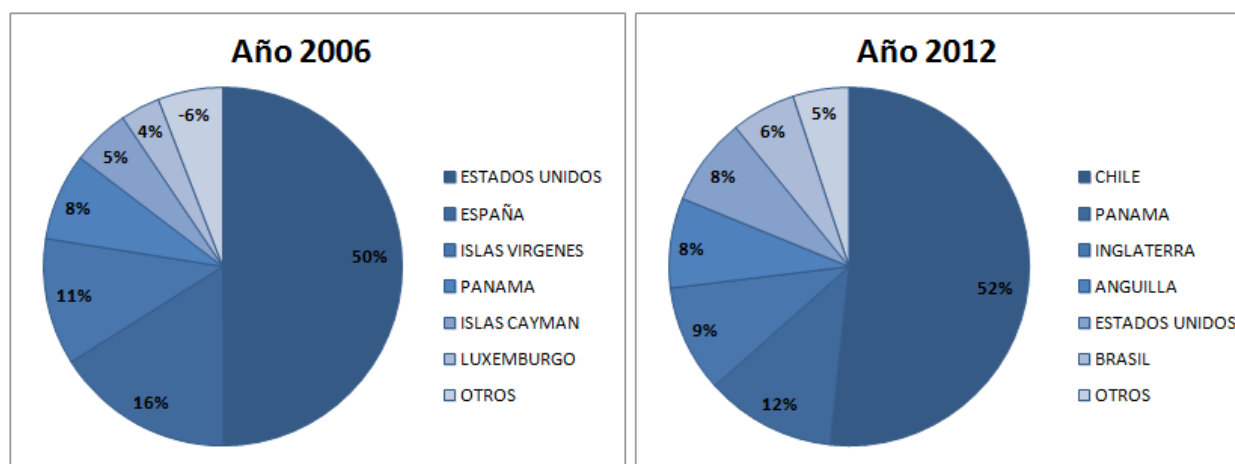
Fuente: Elaboración propia con datos de (Colombia, 2013)

Por lo anterior, Colombia muestra un sólido crecimiento en la captación de flujos de capital para la inversión en actividades productivas, destacándose el incremento significativo en el sector petrolero, por lo que en el corto y mediano plazo representa una fuente de inversión importante para el crecimiento económico y generación de empleos. En global el monto de inversión extranjera en Colombia tuvo un incremento del 137.75% del 2006 al 2012 convirtiéndose en una de las economías más importantes de Latinoamérica.

Respecto a la procedencia de la inversión extranjera en Colombia, también ha habido un cambio significativo del 2006 al 2012. En ambos años alrededor de la mitad del flujo de inversión extranjera directa proviene de un solo país, mientras que en el 2006 era de Estados Unidos, en el 2012 lo fue de Chile. Lo anterior puede generar una debilidad al depender mayormente de la condición de un solo país. (Gráfico 20).

Sin embargo, cabe destacar que en el 2012 dos de los principales proveedores de capital a Colombia son Chile y Colombia, dos de las principales economías de Latinoamérica, lo que puede significar una mayor integración regional y por tanto una mayor desarrollo para estas tres economías al converger en una misma dinámica económica.

Gráfico 20. Composición porcentual de la inversión extranjera directa en Colombia por país de origen en el 2006 y el 2012



Fuente: Elaboración propia con datos de (Colombia, 2013)

Respecto a los sectores favorecidos por la inversión extranjera, como se había mencionado anteriormente, el sector petrolero ha sido el de mayor crecimiento y volumen sobre cualquier otro sector de la economía Colombiana. Dentro del sector no petrolero los sectores que más han crecido en la recepción de inversión extranjera han sido el agropecuario, comercio y servicios financieros y empresariales con unas tasas de crecimiento compuesto anual del 54.22, 20.50 y 24.42% respectivamente. (Tabla 14 y Gráfico 21).

Por lo que se refiere al mayor peso del total de inversión extranjera, la actividad económica en minas y canteras representa la mayor proporción con un 21.5%, seguido de la actividad manufacturera con un 19.6% del total. En global las dos actividades anteriores junto con las de comercio, transportes y comunicaciones, así como servicios

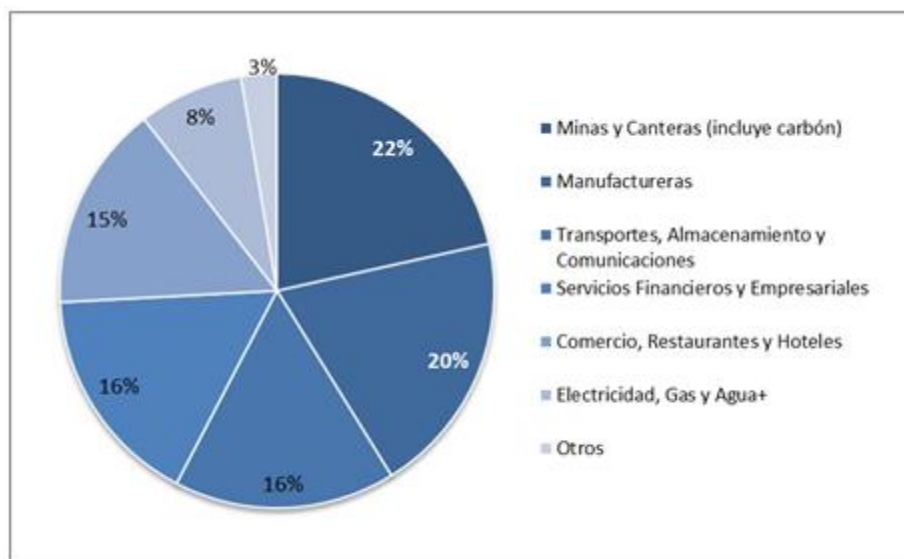
financieros y empresariales representan el 89.49% del total de inversión extranjera recibida en el 2012.

Tabla 14. Flujos de inversión extranjera directa en Colombia según actividad económica

ACTIVIDAD ECONOMICA	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Sector Petrolero	1.994,98	3.333,18	3.404,74	2.428,24	2.792,33	5.082,71	5.376,75
Subtotal Resto de Sectores	4.661,02	5.715,56	7.191,61	4.709,20	3.965,36	8.354,86	10.446,18
Agricultura Caza, Silvicultura y Pesca	8,03	40,15	40,98	27,93	67,02	156,10	108,05
Minas y Canteras (incluye carbón)	1.782,52	1.100,24	1.798,30	3.024,97	1.755,00	2.380,15	2.249,73
Manufactureras	803,00	1.866,55	1.747,69	621,10	655,62	791,95	2.048,74
Electricidad, Gas y Agua	-140,76	-78,62	156,31	-977,29	36,32	380,13	818,58
Construcción	156,30	210,17	380,10	261,54	297,15	430,19	243,62
Comercio, Restaurantes y Hoteles	523,15	803,06	1.048,84	594,29	219,60	2.310,69	1.601,33
Transportes, Almacenamiento y Comunicaciones	1.060,63	414,42	852,73	347,92	-425,29	1.689,39	1.726,56
Servicios Financieros y Empresariales	464,18	1.319,42	1.095,13	720,23	1.251,54	403,97	1.722,33
Servicios Comunales	3,96	40,18	71,53	88,51	108,40	-187,71	-72,74
TOTAL	6.656,00	9.048,75	10.596,36	7.137,44	6.757,69	13.437,57	15.822,94

Fuente: Elaboración propia con datos de (Colombia, 2013)

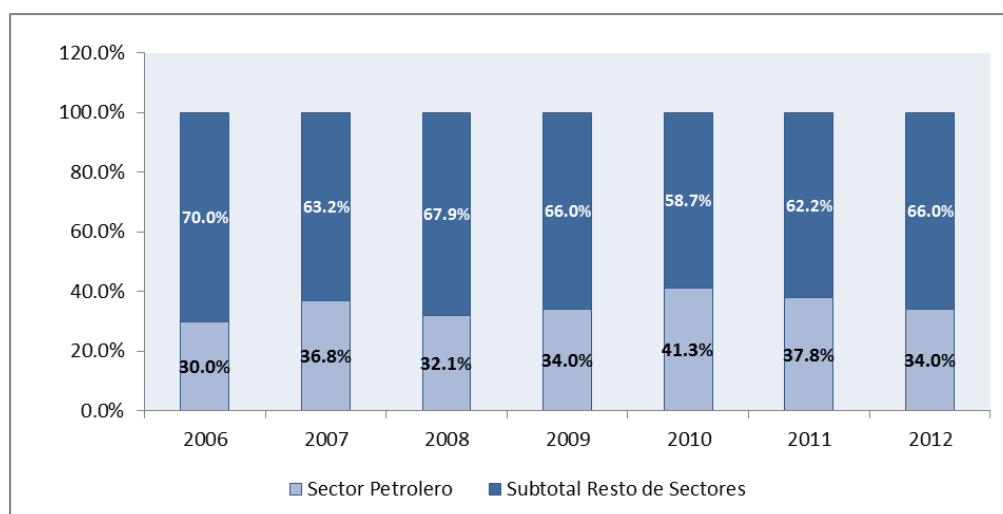
Gráfico 21. Flujos de inversión extranjera directa en Colombia por sector económicos (excepto sector petrolero). Año 2012



Fuente: Elaboración propia con datos de (Colombia, 2013)

En conjunto, todos los sectores no petroleros representan alrededor de dos terceras partes del destino de la inversión extranjera en Colombia en los últimos años tal y como se puede apreciar en el Gráfico 22. Destacándose el peso que representa las manufacturas, transportes, servicios y comercio, lo que implica un mayor desarrollo en la economía Colombiana al invertir más en el sector secundario y terciario beneficiando las actividades con mayor valor agregado en la economía.

Gráfico 22. Flujos de inversión extranjera directa en Colombia. Sector petrolero vs. Resto de sectores



Fuente: Elaboración propia con datos de (Colombia, 2013)

3.3.6 Sectores de oportunidad de inversión en Colombia³²

El ministerio de Comercio Industria y Turismo Colombia ha identificado tres grandes sectores que representan una oportunidad para invertir:

3.3.6.1 Sector Agroindustria

- Sector Forestal: Colombia cuenta con las condiciones ideales para el desarrollo de proyectos forestales gracias a la disponibilidad de áreas, diversidad de pisos

³² Información obtenida de Proexport, el cual es la entidad encargada de la promoción del turismo internacional, la inversión extranjera y las exportaciones no tradicionales en Colombia.

térmicos, fotosíntesis a lo largo del año, avances en el desarrollo biotecnológico y genético e incentivos gubernamentales.

- Sector Biocombustible: El desarrollo de la industria de biocombustibles en Colombia es una política de estado y está sustentado en las cualidades físicas, sociales, tecnológicas, tributarias y geográficas del país. Estos factores hacen de Colombia un líder en potencia en bioenergía a nivel mundial.
- Sector Hortofrutícola: Colombia es uno de los países con mayor potencial de expansión de tierras para uso agrícola en el mundo con más de 14 millones de hectáreas, de las cuales tan solo 4,4 están siendo debidamente utilizadas, así como uno de los países con mayor oferta de suelos y variedad de climas del mundo para el cultivo de frutas y hortalizas.
- Sector Cacao, Chocolatería y Confitería: Colombia cuenta con una potencialidad de 2 millones de hectáreas aptas para el desarrollo de cultivos de cacao. Con una posición geográfica estratégica, en su condición de país tropical, el territorio nacional se beneficia de luminosidad permanente y disponibilidad de recursos hídricos durante todo el año. Adicionalmente, se cuenta con el material genético definido para su utilización de acuerdo a cada zona agroecológica del país.
- Sector Camaronicultura: El sector acuícola colombiano es considerado como una de las industrias más organizadas y respetuosas de las normativas ambientales y sanitarias del país; razón por la cual, los camarones colombianos tienen acceso a casi todos los países, exportando más del 80% de la producción nacional a Estados Unidos y Europa.

3.3.6.2 Sector Manufacturas

- Sector Automotriz: Colombia es un escenario ideal para generar una plataforma de fabricación y ensamble de vehículos, camiones, buses y autopartes destinados a abastecer el mercado nacional y regional.
- Sector Cosméticos y Productos de Aseo: El sector cosméticos y de productos de aseo en el país cuenta con ventajas y características que lo hace un destino ideal para que empresarios encuentren una oportunidad de inversión y de negocios en el sector, entre las cuales se destacan el liderazgo en biodiversidad, una legislación adecuada para la implementación de la investigación y desarrollo, un alto número de consumidores potenciales tanto locales como regionales y el notable compromiso del Gobierno Nacional para el desarrollo del sector.
- Sector Materiales de Construcción: La construcción es uno de los impulsores del crecimiento económico y una de las actividades de mayor influencia en el desarrollo del país, representa el 7% del PIB y participa con el 8% del total de la inversión extranjera, impulsando el aumento en la demanda de materiales de construcción.
- Sector Textil y Confección: La industria textil y confección en Colombia cuenta con más de 100 años de experiencia y una cadena de producción consolidada y experimentada. El sector representa el 8% del PIB manufacturero y el 3% del PIB nacional, constituye más del 5% del total de exportaciones del país.

3.3.6.3 Sector Servicios

- Sector Tercerización de Procesos de Negocios BPO: Colombia es la mejor opción para el desarrollo de proyectos de inversión en el sector de BPO&O, KPO y centros de servicios compartidos que estén buscando un mercado local atractivo, una fuerza laboral de alto nivel y disponible y una posición estratégica para proveer servicios a América y Europa.

- Sector Fondos de Capital Privado: Una economía en crecimiento, altamente diversificada, un tamaño de la población importante, con una clase media en expansión y abundancia de recursos humanos hacen de Colombia un destino muy atractivo para los fondos de capital privado en búsqueda de nuevas oportunidades de crecimiento
- Sector Bienes y Servicio Petroleros: Colombia es uno de los países productores con mayores crecimientos (+87% del 2004 a 2011 alcanzando casi el millón de bdp), convirtiéndose en un destino de inversión para la instalación de empresas que se dediquen a la prestación de servicios y suministro de bienes requeridos en la producción y extracción de hidrocarburos.
- Sector Infraestructura Hotelera y Turística: La llegada de viajeros extranjeros a Colombia aumentó de 600 mil en 2000 a casi 1,6 millones en 2011, con un crecimiento promedio anual del 10,3%, casi tres veces el promedio mundial y uno de los más altos en la región.
- Sector Software y Servicios de TI: Colombia, un mercado que crece dos veces al ritmo de América Latina: Según datos de IDC, Colombia es el tercer país en América Latina en ventas de TI, alcanzando en 2011 US\$ 6.118 millones.

CAPITULO IV. INSTITUCIONES, ORGANISMOS Y CENTROS DE APOYO Y ASESORÍA AL SECTOR EMPRESARIAL EN COLOMBIA

Dentro de los mecanismos de promoción para la inversión extranjera se utilizan dos instrumentos principales: los organismos de promoción de inversiones y los incentivos, en el caso de los incentivos que ofrece Colombia los encontramos en el capítulo anterior, mientras que en el caso de los organismos de promoción de inversiones es justamente el tema de este capítulo.

4.1 Organismos de promoción de inversiones

La mayoría de los países que desean atraer la IED se encuentran con el desafío del desconocimiento por parte de los potenciales inversionistas, de las ventajas y desventajas que puede ofrecer un país, lo cual nos lleva a dos puntos importantes:

- **Asimetrías de información:** en general una empresa requiere de información para el proceso de la toma de decisiones, y es justamente donde se encuentra con obstáculos, ya que esta puede no estar disponible o no esta accesible para el público en general; lo cual ocasionaría que los inversionistas se formen una imagen distorsionada del país anfitrión o incluso llegar a ignorar a este país como opción.
- **Alto costo de aprendizaje y puesta en marcha:** el desconocimiento de los procesos en términos legales, fiscales, de mercado, culturales, entre otros, se pueden convertir en barreras para establecer empresas que invierten en un país por primera vez, lo cual significa un potencial riesgo de perder las inversiones.

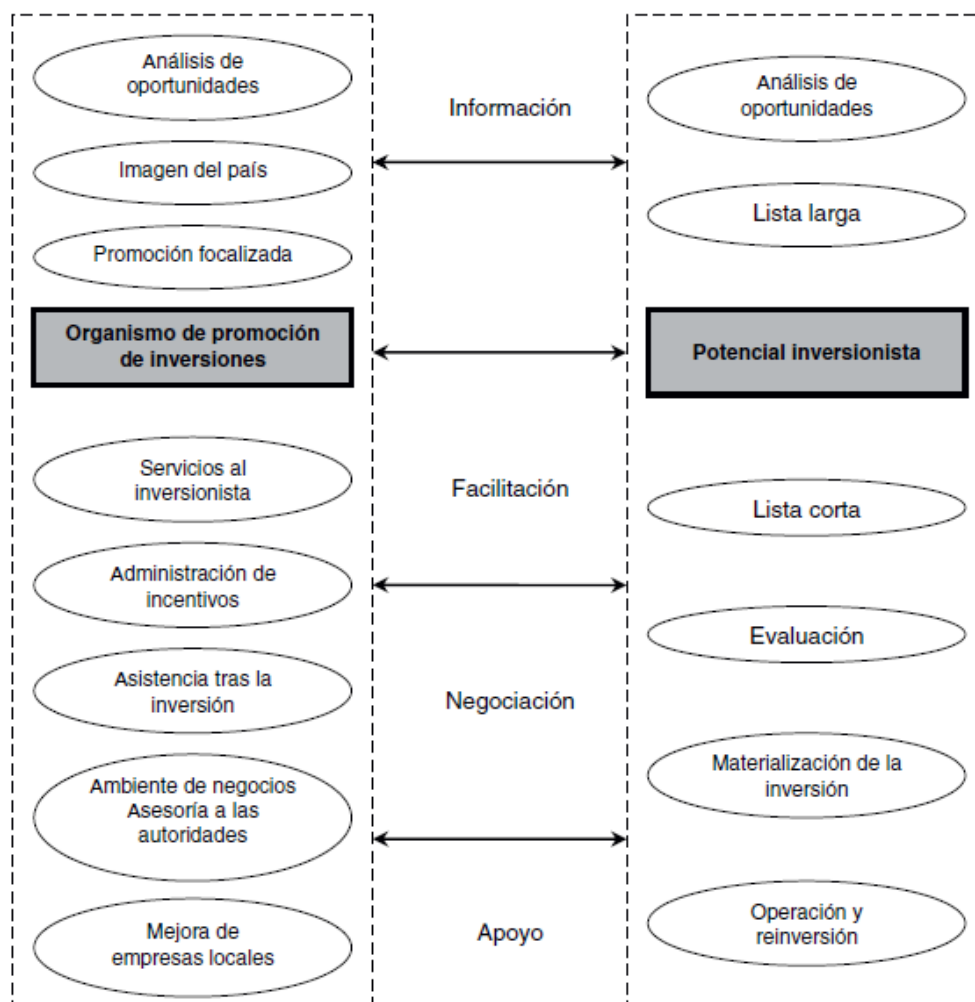
Es por lo anterior que la solución que se ha dado es la creación de organismos, unidades o programas de promoción de inversiones como mecanismos de atracción de

Inversión extranjera, los cuales tienen como objetivo dar a conocer lo que ofrece el país, brindando información relevante y facilitando la instalación en país³³.

Estos organismos tienen como objetivo orientar en las distintas fases del proceso de toma de decisiones de los inversionistas (Gráfico 23), por lo que se pueden identificar ocho (8) funciones, de las cuales las primeras cinco (5) son primarias y las restantes complementan las anteriores.

³³ Para ayudar a captar inversión extranjera, muchos países comenzaron a crear organismos de promoción de las inversiones (OPI) a principios de los años noventa. Hoy día, existen más de 500 organismos en todo el mundo y su número no cesa de crecer. (UNCTAD, 2010)

Gráfico 23. Relación entre el organismo de promoción de inversiones y el inversionista



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de Nicolo Gligo S., "Políticas activas para atraer inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe", serie Desarrollo productivo, N° 175 (LC/L.2667-P), Santiago de Chile, enero de 2007. Publicación de las Naciones Unidas, N° de venta: S.07.II.G.18.

Las funciones primarias se consideran las siguientes:

1. Análisis de oportunidades de inversión, considerando los inversionistas potenciales y las condiciones del país anfitrión.

2. La definición y promoción de una imagen favorable para la inversión extranjera directa del país.
3. La promoción focalizada en los inversionistas potencialmente identificados.
4. El apoyo al inversionista durante la fase de de evaluación y puesta en marcha.
5. El seguimiento a la inversión realizada

Las funciones complementarias son:

6. Asesoría a las autoridades en materia de mejoría del ambiente de negocios en el ámbito local
7. Asignación y evaluación y de incentivos
8. Contribución al incremento de competitividad de las empresas del país anfitrión, con el fin de transformarlas en potenciales proveedoras de productos y servicios a las empresas extranjeras.

En el caso de América Latina y el Caribe, en términos operativos existe una ausencia de definiciones estratégicas lo que se plasma en una falta de focalización en lo que respecta a la ejecución de las políticas de promoción, a pesar de que en la región si se están realizando acciones encaminadas a este punto, aun son bastantes generales y no corresponden a un enfoque estratégico. De acuerdo al informe de la CEPAL, Colombia se inició en el proceso de una forma bastante: (CEPAL, 2010, p. 89).

Metodología para la focalización: el caso de Colombia

Colombia está pasando de una actitud pasiva a una más proactiva en materia de atracción de IED. Con tal fin, se está trabajando con consultores internacionales para identificar empresas objetivo por sector de actividad y país, según la siguiente metodología:

- *Lista corta con criterios iniciales de selección sectorial. Se determinan los sectores hacia los cuales se está dirigiendo la IED*

a nivel global; los que actualmente están creciendo en términos de comercio exterior en el ámbito mundial; aquellos que se caracterizan por un alto valor agregado, y los que producen efectos económicos y sociales positivos.

- *Gráfica de sectores seleccionados de la oferta en Colombia. Los sectores seleccionados se grafican en una matriz cuyas dimensiones corresponden respectivamente a la oferta colombiana y al interés de los inversionistas.*

- *Verificación del efecto de cada uno de los sectores para el país. Una vez realizada esta clasificación, se aplican criterios de selección de segundo orden (el efecto en el PIB, el empleo y las exportaciones, así como la definición de los sectores que realmente requieren promoción) con el fin de priorizar ciertos sectores, en los cuales se enfocarían los esfuerzos, tanto en materia de políticas y competitividad como de promoción.*

Estos organismos de promoción para la inversión se encuentran enmarcados bajo el contexto de la competencia internacional la cual cada vez se hace más intensa, actualmente la tecnología de la información y de las comunicaciones y los bajos costos de transporte brindan al inversionista varias alternativas de destinos. Es por lo anterior que estos organismos deben estar enfocando todos sus esfuerzos para dar a conocer el país e identificar a los inversionistas que estén más acordes a los objetivos del mismo.

Podemos tomar como ejemplo la experiencia internacional, la cual ayuda a los países en desarrollo para ser tomado como un punto de referencia³⁴:

³⁴ (CEPAL, La Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe, 2008)

Caso Singapur:

En el año 1961 se creó la Junta de desarrollo económico, la cual dependía del Ministerio de Comercio e Industria, quien se encargaba de la orientación estratégica general y de la coordinación de todo lo vinculado con la IED y la competitividad industrial. Este organismo ha tenido un papel central en la ejecución de las políticas económicas de desarrollo industrial y de servicios, adicionalmente también se ha desempeñado como organismo de promoción y apoyo a la IED.

Singapur se ha convertido en uno de los centros más importantes de la región asiática en materia de innovación, incorporación de conocimientos e investigación y desarrollo, gracias al apoyo estatal, al desarrollo industrial y a que se han sumado a esta iniciativa el sector privado local, las universidades y otras instituciones de educación e investigación.

Caso Malasia:

A partir del año 1958, Malasia decidió realizar cambios en su política para atraer la inversión extranjera, modificando políticas fiscales, de composición de la propiedad, en el año 1967 se creó un organismo, el cual está diseñado para coordinar y promover el desarrollo industrial del país.

Este organismo inició bajo el papel fiscalizador, pero fue modificándose a ser uno más proactivo centrándose en la promoción de la inversión extranjera, actualmente cuenta con 16 oficinas en el exterior y 10 oficinas en diferentes localidades del país, dentro de sus funciones se encuentran:

- La promoción de la inversión local y extranjera en manufacturas y servicios relacionados;
- La planificación y elaboración de propuestas de políticas y de estrategias para el desarrollo industrial, que se presentan al Ministerio de Comercio Exterior e Industrias;

- La evaluación de las postulaciones realizadas por los inversionistas, en términos de licencias, incentivos tributarios y exenciones aduaneras;
- El apoyo a las empresas en materia de implementación y operación de los proyectos;
- La facilitación y la coordinación del intercambio de información entre instituciones relacionadas con el desarrollo industrial.

Caso República Checa:

En la década de 1990, Checoslovaquia atravesó cambios sociales, políticos y económicos como consecuencia de la disolución de la Unión Soviética y se dividió en dos nuevos Estados: Eslovaquia y la República Checa.

En 1992 el gobierno checo creó el organismo *CzechInvest*, el cual estaba encargado de promover al país en el exterior y atraer la IED, como apoyo a la reestructuración y desarrollo industrial del país, este organismo se inició bajo el objetivo de la promoción, pero con el tiempo se transformaría en un organismo de desarrollo, creando tres programas:

- Un sistema de incentivos. Creado en 1998 y perfeccionado posteriormente, tenía la finalidad de hacer más atractivo el país para los inversionistas extranjeros. De acuerdo con las autoridades, parte importante del incremento de la IED se le debe a este programa.
- El desarrollo de instalaciones industriales. Responde a la necesidad de los inversionistas de contar con instalaciones adecuadas.
- Una mejor proveeduría local. Los inversionistas valoran mucho la existencia de proveedores locales de calidad, capaces de desarrollar relaciones con empresas extranjeras. En este ámbito, se destaca el programa de desarrollo de proveedores, que además favorece que el país absorba los beneficios de la IED.

Este organismo proviene de la fusión de tres (3) entidades con fines complementarios, lo cual ha sido beneficioso para ofrecer soluciones a las necesidades de los inversionistas:

- CzechInvest, institución encargada de la promoción de la IED (y que dio el nombre a la institución que hoy opera)
- Organismo de desarrollo comercial (orientado al desarrollo de las pymes)
- CzechIndustry, dedicada al desarrollo industrial.

Caso República de Corea:

República de Corea durante varias décadas basó su crecimiento en la creación y el desarrollo de grandes conglomerados empresariales orientados a la inversión, pero a partir del año 1998, el país empezó a modificar su estrategia orientada a darle más importancia a la IED, realizando reformas económicas, creando incentivos tributarios y financieros, así como desarrollando infraestructura y facilidades.

Ese mismo año se creó el organismo de promoción de inversiones *InvestKorea*, este organismo trabaja bajo el esquema de este tipo de organismos, pero se destaca la figura del Ombudsman³⁵ de inversión, la cual consiste en atender las dificultades de las empresas extranjeras ya presentes en el país.

Caso España:

En el año 2005, el Consejo de Ministros autorizó la creación de la Sociedad Estatal para la Promoción y Atracción de Inversiones Exteriores S.A., el cual se constituyó con capital del Instituto de Comercio Exterior (ICEX) y el cual depende de la Secretaria de Estado de Comercio y Turismo del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

³⁵ La palabra ombudsman es de origen sueco que significa "representante del ciudadano, trabaja para que las organizaciones sean más sensibles a las personas a quienes sirven. Es una persona que investiga los reclamos y hace de mediador en conciliaciones. (El Universal, 2007)

Este organismo inició operaciones en el año 2006 bajo el nombre de *INTERES Invest in Spain*, con la misión de promover, atraer y mantener la IED. Se la referencia para los inversionistas y el punto de encuentro de todas las instituciones en el ámbito estatal, autonómico y local.

Se encuentra estructurado como una empresa de servicios con unidades específicas encargadas de la promoción y las relaciones institucionales, el apoyo al inversionista y la información y difusión; se encuentra apoyada en la red de Oficinas Económicas y Comerciales de las Embajadas de España en el mundo, tres de las cuales (Londres, Nueva York y Tokio) ya cuentan con un departamento especializado en la captación de inversión extranjera.

Caso Francia:

Francia adoptó una actitud de mayor proactividad, en el año 2001 se creó un organismo nacional de atracción de inversiones *Invest in France Agency* (IFA³⁶), la cual unificó todas las instituciones de promoción en el exterior operadas por el organismo nacional de desarrollo regional DATAR³⁷, la red de inversiones, formada por una asociación de organizaciones de desarrollo regional, empresas destacadas, instituciones financieras y consultores, y la delegación de inversiones exteriores del Ministerio de Economía, Finanzas e Industria, que realizaba labores de análisis de tendencias y prospección.

Caso Irlanda:

En el año 1949 (reestructurado en 1969 y 1994), se creó el Organismo de desarrollo industrial del país (IDA), el cual ha contribuido con la reducción del desempleo y el

³⁶ En el año 2006 la IFA está formada por 22 oficinas: 12 en Europa, 3 en América del Norte y 7 en Asia. Estas apoyan a los inversionistas en la selección de ubicaciones, organizan visitas sobre el terreno y persiguen la maximización de los incentivos financieros que ofrece el país.

³⁷ DATAR, tiene como objetivo preparar y coordinar las decisiones de gobierno en el uso del suelo y la acción regional y garantizar que las administraciones técnicas ajusten sus respectivas acciones en esta área. (Organismo interministerial de gestión y competitividad de los territorios)

crecimiento del producto y de las exportaciones, así como la atracción de nuevas inversiones y del apoyo de la expansión de las empresas existentes.

Este organismo tiene un instrumento como el apoyo financiero directo para la contratación, capacitación, la investigación y el desarrollo y la adquisición de activos fijos. En el año 2000 la misión fue cambiada, ya que comenzó a concentrarse en ganar nuevas inversiones relacionadas con los segmentos de mayor calidad en la cadena de valor; propiciar el desarrollo y crecimiento de las compañías ya presentes en el país y en trabajar en el desarrollo de la infraestructura física y educativa.

4.1.1 Principales centros de promoción de inversión extranjera en Colombia

En Colombia existen varios centros de asesoría y promoción de la inversión extranjera, siendo Proexport el más grande y el de mejor posicionamiento, pero sin embargo también existen centros por ciudad. A continuación se detallaran cada uno de ellos.

4.1.1.2 Proexport³⁸

Es la entidad encargada de la promoción comercial de las exportaciones no tradicionales colombianas, el turismo internacional y la inversión extranjera en Colombia. Es un organismo dependiente del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. Nació en noviembre de 1992 como un fideicomiso con recursos públicos y régimen administrativo de carácter privado, establecido de acuerdo a la Ley 7, decreto 2505 de 1991³⁹, y bajo el propósito de prestar servicio o instrumentos no financieros a las exportaciones y de promover la cultura exportadora.

³⁸ (Proexport Colombia, 2012)

³⁹ Por la cual se dictan normas generales a las cuales debe sujetarse el Gobierno Nacional para regular el comercio exterior del país, se crea el Ministerio de Comercio Exterior, se determina la composición y funciones del Consejo Superior de Comercio Exterior, se crean el Banco de Comercio Exterior y el Fondo de Modernización Económica, se confieren unas autorizaciones y se dictan otras disposiciones. (Ley 7ª de 1991)

Proexport a través de una red nacional e internacional de oficinas, brindan apoyo y asesoría integral a los empresarios nacionales e internacionales, mediante servicios dirigidos a facilitar el diseño y ejecución de sus estrategias de internacionalización, buscando la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocios.

Con el fin de incentivar mayores flujos de inversión extranjera directa hacia Colombia, el Gobierno Nacional otorgó competencias a PROEXPORT para asumir funciones de promoción de inversión extranjera directa. Con este objetivo, PROEXPORT cuenta con un departamento específico que se encarga de la gestión de los programas de atracción de la inversión exterior.

Proexport es una de las dos instituciones que se encuentran afiliadas a AMOPI (o WAIPA).

Funciones de Proexport

- Identificación de oportunidades de mercado.
- Diseño de estrategias de penetración de mercados.
- Internacionalización de las empresas.
- Acompañamiento en el diseño de planes de acción.
- Contacto entre empresarios a través de actividades de promoción comercial, inversión y turismo internacional.
- Servicios especializados a empresarios extranjeros interesados en adquirir bienes y servicios colombianos o en invertir en Colombia.
- Alianzas con entidades nacionales e internacionales, privadas y públicas, que permitan ampliar la disponibilidad de recursos para apoyar diferentes iniciativas empresariales y promover el desarrollo y crecimiento del portafolio de servicios.

Proexport tiene oficinas a nivel internacional en:

Norteamérica:

- Canadá, Toronto
- Estados Unidos, Miami, Nueva York y Washington

- México, México D.F.

Centroamérica: Puerto Rico, San Juan

- República Dominicana, Santo Domingo
- Trinidad y Tobago, Puerto España
- Panamá, Ciudad de Panamá
- Costa Rica, San José
- Guatemala, Ciudad de Guatemala

Suramérica:

- Brasil, Sao Paulo
- Chile, Santiago de Chile
- Ecuador, Quito
- Perú, Lima
- Venezuela, Caracas

Europa:

- Alemania, Frankfurt
- España, Madrid
- Francia, Paris
- Reino Unido, Londres
- Rusia, Moscú
- Turquía, Estambul

Asia:

- China, Beijing
- Emiratos Árabes, Abu Dabi
- India, New Delhi
- Japón, Tokio
- Singapur, Ciudad de Singapur

Y a nivel nacional en:

- Bogotá
- Bucaramanga
- Cali
- Cartagena
- Cúcuta
- Medellín
- Pereira

4.1.1.2 Agencia de cooperación e inversión de Medellín (ACI Medellín)⁴⁰

La Agencia de cooperación e inversión de Medellín y el área metropolitana, fue creada por la Alcaldía de Medellín, empresas públicas de Medellín, empresas varias y el área metropolitana del Valle de Aburrá.

Este organismo fue creado con el objetivo de incrementar los flujos de inversión, negocios y cooperación internacional hacia Medellín y la región mediante acciones puntuales desarrolladas con líderes, instituciones, países y organismos multilaterales.

Dentro de sus funciones se encuentran:

- Asesoramiento sobre el entorno político, económico y legal colombiano.
- Apoyo a ferias y eventos de carácter internacional hechos en Medellín y que se relacionen con los sectores estratégicos de la ciudad.
- Organización de la visita de misiones comerciales a la ciudad.
- Hacer de Medellín una ciudad bilingüe a través de MEDELLÍN CITY para mejorar así nuestro acceso a los mercados internacionales.
- Trabajo conjunto con los sectores estratégicos (Clusters): Textil y Confección, Energía, Construcción, Cirugía y Turismo de Negocios, Ferias y Convenciones.
- Servicios de consultoría estratégica personalizada para cada empresa.
- Asesoramiento sobre el sector específico de su interés.

⁴⁰ (Agencia de cooperación e inversión de Medellín y el Área de Metropolitana, 2012)

4.1.1.3 Probarranquilla⁴¹

Es la Agencia de Promoción de Inversiones de Barranquilla y el Departamento del Atlántico. Es una organización privada sin ánimo de lucro, patrocinada por más de 110 empresas de la ciudad, con el propósito de promover el desarrollo económico sostenible de la región. Actualmente, ProBarranquilla trabaja para incentivar a las empresas nacionales y extranjeras para que inviertan en el Departamento del Atlántico.

Este organismo ha sido clave para el establecimiento de 360 empresas en los pasados cinco años en Barranquilla y el Departamento del Atlántico, trayendo más de US\$ 2200 millones en inversiones, y ayudando en la generación de más de 13.500 empleos.

ProBarranquilla es el otro organismo afiliada a la AMOPI (o WAIPA), y apoya a los inversionistas durante todo el proceso de inversión y algunos de los servicios son los siguientes:

- *Información y Análisis*: Análisis independiente, orientado a necesidades específicas relativas a las consideraciones más importantes del negocio, incluyendo información legal y fiscal, regulaciones locales y trámites, información sectorial, costos, disponibilidad de recurso humano, infraestructura y desempeño económico en general.
- *Asesoría y Apoyo*: Introducción a las redes nacionales y regionales del sector, contactos con líderes empresariales locales, construcción de alianzas, relaciones con universidades y otros centros de excelencia.
- *Facilitación a la inversión*: Identificación de ubicaciones u oficinas potenciales, apoyo logístico durante visitas al departamento del Atlántico, asesoría en la consecución de incentivos, asistencia en el reclutamiento de personal para la compañía

⁴¹ (Probarranquilla, 2013)

4.1.1.4 Invest in Bogotá⁴²

Es la agencia de promoción de inversión para Bogotá y Cundinamarca, una iniciativa público-privada entre la Cámara de Comercio de Bogotá, el Distrito Capital y la Gobernación de Cundinamarca. Su propósito es apoyar a inversores que deseen ubicarse en Bogotá y su región.

En el año 2009 fueron calificados por el Banco Mundial como la mejor agencia de inversión de un país en desarrollo. Su misión es apoyar a inversionistas que están explorando oportunidades en Bogotá, y para esto cuentan con un equipo multidisciplinario con amplios conocimientos en diversos sectores económicos, lo que les permite atender a posibles inversionistas con información y asesoría de valor agregado.

Los servicios que ofrecen son los siguientes:

- Información general, sectorial y a la medida.
- Preparación de agendas para conocer las oportunidades que ofrece la ciudad.
- Visitas a inversionistas instalados.
- Reuniones con proveedores de servicios profesionales.
- Reuniones con universidades y centros de capacitación.
- Reuniones con autoridades gubernamentales.
- Orientación general para la puesta en marcha de operaciones.
- Asistencia con trámites y regulaciones.
- Contactos con potenciales proveedores y socios.
- Desarrollo de programas de capacitación, como Talk to the World.
- Seguimiento a la evolución de su negocio.
- Acompañamiento en la expansión de sus operaciones.
- Encadenamiento con otras empresas.
- Acciones para el mejoramiento continuo del clima de negocios.

⁴² (Invest in Bogota, 2012)

4.1.1.4 Invest in Pereira⁴³

Es una agencia para la promoción y facilitación de la Inversión en Pereira y Risaralda es una institución de carácter mixto, cuyo objetivo es el de generar riqueza para los habitantes y las empresas de la ciudad y el departamento mediante la alianza de planeación, gestión y ejecución entre el sector productivo, la academia, la sociedad civil, los institutos tecnológicos y de investigación, los gremios y el gobierno.

Esta agencia de promoción ha sido creada por la Alcaldía de Pereira y gobernación de Risaralda, la cámara de comercio de Pereira, Proexport y la zona Franca internacional de Pereira.

Presenta los siguientes servicios:

- Información general y detallada a la medida de las necesidades puntuales de cada inversionista.
- Preparación de agendas con los sectores público y privado y con la sociedad civil.
- Contactos con potenciales proveedores y socios.
- Asistencia con trámites y regulaciones.
- Articulación institucional.
- Orientación general para la puesta en marcha de operaciones.
- Apoyo en procesos de capacitación y selección de talento humano.
- Seguimiento de las actividades post instalación.
- Generación de sinergias entre el inversionista nuevo y el instalado.
- Ejercicio en pro del mejoramiento del clima de negocios.
- Acompañamiento en procesos de reinversión y ampliación

⁴³ (Agencia de promoción de inversión de Risaralda, 2012)

4.1.1.5 Invest Pacific⁴⁴

La agencia de promoción de inversión del pacífico colombiano “Invest Pacific” es una corporación sin ánimo de lucro de carácter público-privada, que nació a la vida jurídica en Noviembre 10 de 2010 como una iniciativa de la Cámara de Comercio de Cali. Busca atraer nueva inversión nacional y extranjera directa al Valle del Cauca, mantener e incrementar la inversión ya instalada y propiciar un mejor clima de inversión en la región.

Los objetivos de esta agencia son:

- Lograr la sostenibilidad y crecimiento permanente de INVEST PACIFIC en el largo plazo, identificando nuevas fuentes de aportes o ampliando el número actual de afiliados.
- Promover y facilitar la inversión nacional y extranjera en el departamento, atendiendo a los inversionistas que visiten la región, facilitando el proceso de inversión y focalizando los esfuerzos en atracción de inversión en sectores estratégicos previamente definidos.
- Desarrollar estrategias y un acompañamiento permanente al inversionista ya instalado para promover reinversiones o atracción de nuevos proyectos para la región.
- Propender por un mejor clima de inversión, mediante la articulación de los actores regionales, la intermediación entre los sectores público y privado y la generación de incentivos para los inversionistas.

La Agencia desarrolla la doble función de ser facilitadora y focalizada en sectores y países estratégicos cuatro, son los frentes en los que se trabaja:

⁴⁴ (Invest Pacific, 2012)

- *Clima de Inversión*: Servir de puente entre los inversionistas privados y el sector público nacional, departamental y municipal, con el fin de superar obstáculos a la inversión y mejorar el clima de inversión en la región.
- *Inversionista Instalado*: Prestar servicios a inversionistas instalados en el Valle del Cauca para que amplíen sus operaciones, reinviertan y superen los obstáculos a la inversión.
- *Facilitación a Inversionista Interesado*: Prestar servicios a inversionistas interesados y potenciales; tales como proveer información relevante sobre la región y sus sectores económicos, costos, infraestructura., organizar agendas de visitas incluyendo reuniones con sector público, privado y sociedad civil.
- *Promoción al Inversionista Potencial*: Atraer nueva inversión nacional y extranjera al Valle del Cauca, mediante inteligencia de mercados que permita identificar los sectores estratégicos para la región en los cuales se necesita inversión, y mediante misiones y visitas a y para los inversionistas identificados con el fin de promover la inversión en el departamento.

4.2 Organismos de servicios parciales y apoyos empresariales en general

En Colombia se realizó una distinción entre los organismos de apoyo al empresario de acuerdo a la etapa de la cadena de valor de emprendimiento⁴⁵, la cual nos indica que es un proceso evolutivo que inicia en el momento en el que surge una idea de negocio, cuando toma la decisión de realizarla y culmina cuando está alcanza su máximo desarrollo. Por lo tanto, se podría visualizar la acción de emprender como un proceso en cadena en la que cada parte es una etapa del proyecto. (Tabla 15)

⁴⁵ (Montes Pineda, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2011)

Tabla 15. Especialización de los servicios de apoyo ofrecidos por las diferentes instituciones de acuerdo a la etapa de la cadena de valor de emprendimiento.

Tipo de Institución	Etapas de la cadena de valor de emprendimiento				
	Sensibilización	Identificación	Formulación	Puesta en marcha	Aceleración
Unidades de emprendimiento	✘	✘	✘		
Laboratorios para el emprendimiento innovador			✘	✘	
Incubadoras de empresas				✘	✘
Aceleradoras empresariales					✘
Parques Tecnológicos					✘

Fuente: Elaboración propia con datos de (Emprendimiento e Innovación, 2011)

4.2.1 Unidades de emprendimiento

Se refiere a las instituciones que “promueven y gestionan la cultura de emprendimiento, con el fin de incentivar, desarrollar y estructurar la creación de modelos de negocio, a partir de la acción interdisciplinaria, que con un enfoque sistémico conjuga la investigación, el conocimiento, la innovación y el emprendimiento para el crecimiento económico y el desarrollo social”⁴⁶, este tipo de instituciones cuenta con los siguientes objetivos:

- Brindar servicios integrales dirigidos al fomento de la cultura empresarial tanto en la comunidad universitaria, como en su exterior, bajo parámetros de eficiencia, eficacia y calidad.
- Propiciar y articular la discusión, investigación, producción y divulgación de conocimiento en emprendimiento entre todas las organizaciones vinculadas con el emprendimiento.

⁴⁶ Concepto de la Unidad de emprendimiento de la Universidad Nacional de Colombia

- Gestionar autonomía a partir de la generación de recursos propios, la ampliación de cobertura y el desarrollo de nuevos servicios y líneas de acción.

Algunas de sus actividades son:

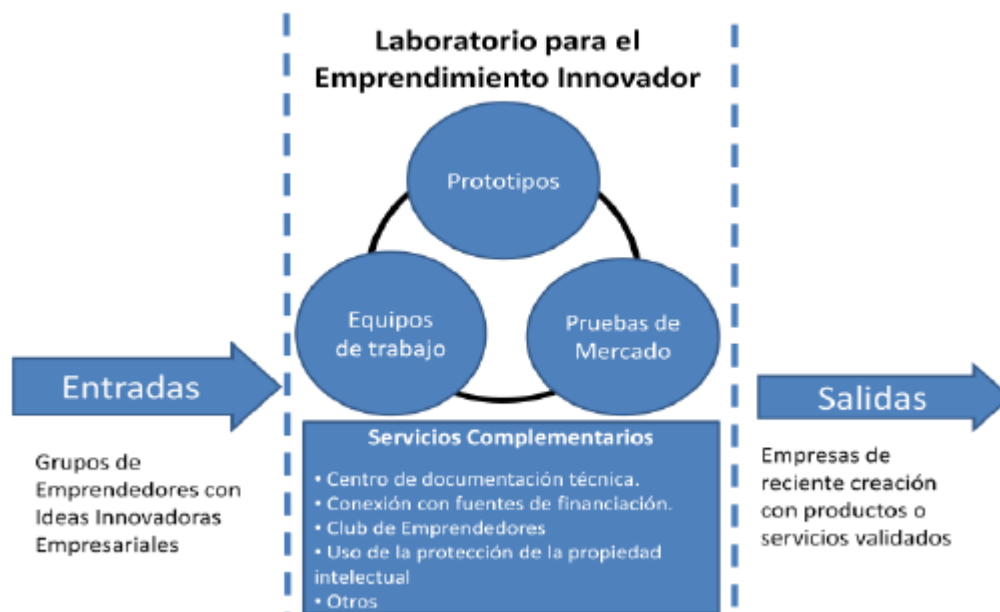
- Orientación a los emprendedores: Brinda información y capacitación que les permite aprovechar las capacidades e implementar las ideas de negocios.
- Apoyo a los emprendedores en las etapas de sensibilización, identificación y formulación: Ofrece productos a la medida que contribuyen a la formulación de nuevos proyectos empresariales, y brinda acompañamiento a los nuevos empresarios en la consolidación de su actividad empresarial. Es importante tener en cuenta los servicios requeridos por los emprendedores
- Fortalecimiento del entorno para la creación de empresas: Facilita la interacción de los emprendedores y su entorno, mediante la distribución de la información, el soporte y los servicios que presta, y las relaciones que suscita con entidades públicas y privadas.

Dentro de esta figura se encuentran los centros de asesoría de las universidades y las cámaras de comercio.

4.2.2 Laboratorios para el emprendimiento innovador

Este tipo de instituciones son lugares que cuentan con recursos tecnológicos, infraestructura y asistencia técnica) necesarios para que las personas realicen prototipos, fortalezcan su equipo de trabajo y realicen la validación en el mercado. El proceso del laboratorio para el emprendimiento innovador podemos visualizarlo en el siguiente gráfico (Gráfico 24)

Gráfico 24. Proceso del laboratorio para el emprendimiento innovador



Fuente: (Emprendimiento e Innovación, 2011)

Este tipo de instituciones no ofrece servicios para la formulación del plan de negocio o proyecto, ya que ese tipo de servicio es proporcionado por las Unidades de Emprendimiento.

Los tipos de servicio que ofrece un Laboratorio para el Emprendimiento Innovador:

- Desarrollo de prototipos: el desarrollar un prototipo es muy importante ya que permite probar el bien (producto o servicio) antes de que entre a producción y nos ayuda a detectar falencias y deficiencias y funcionalidad, una vez que el prototipo este perfeccionado en todos los sentidos, requeridos y propuestos, se puede empezar a producir. El laboratorio para el emprendimiento innovador cuenta con la dotación tecnológica necesaria para que el equipo de emprendedores pueda desarrollar sus prototipos afinando el plan operativo del plan de negocios, conociendo las cantidades de insumo necesarios, para ofrecer el bien.

- Fortalecimiento del equipo de trabajo: uno de los principales factores de éxito de los nuevos proyectos o negocios y que debe ser contemplado desde el inicio, es contar con un equipo de trabajo efectivo, para esto se debe identificar sus competencias y sus falencias y de ser necesario establecer planes de acción para potencializar el equipo de trabajo.

El laboratorio para el emprendimiento innovador, facilita que se sumen nuevos emprendedores a la iniciativa empresarial y se mejore el perfil de los equipos de trabajo, es por lo tanto que este tipo de instituciones ofrece servicios de intermediación laboral, actividades de reconocimiento entre emprendedores, construcción de relaciones, mentorías, entre otros. Lo que se espera es que cada equipo de trabajo este conformado por un especialista en áreas como Comercial, Administrativa, Financiera, Operativa y Legal.

- Prueba de Mercado: el estudio de mercado es fundamental para conocer directamente la respuesta de los clientes ante un producto, servicio, idea, publicidad, etc. Este tipo de estudios se debe realizar antes del lanzamiento de un nuevo producto o servicio y así buscar la aceptación del mismo, y así disminuir el riesgo que con lleva ingresar en el mercado.
- Servicios complementarios: Centro de documentación técnica, conexión con fuentes de financiación, club de Emprendedores y asesoría en protección de la propiedad intelectual entro otros.

4.2.3 Incubadoras empresariales

Las incubadoras de base tecnológica son instituciones que tienen como objetivo generar ambientes y escenarios que promuevan y faciliten la formación de empresas exitosas, inteligentes, sostenibles y con altos niveles de cooperación y trabajo en red, capaces de generar empleo, desarrollo en su entorno, pero lo más importante es que

sean independientes y financieramente viables. Sus insumos son los planes de negocio y su producto final son las empresas exitosas.

Este tipo de instituciones consumen, generan y desarrollan conceptos, mecanismos y estrategias de vanguardia pensando en las necesidades de los clientes para convertir a los emprendedores en gerentes y a las ideas en empresas. La combinación de estos elementos genera un efecto sinérgico que desencadena en resultados favorables para la vida de la nueva empresa. El objetivo es que las incubadoras potencien a la comunidad emprendedora, proveyéndola de nuevos servicios de capacitación, de entrenamiento, de soporte financiero, de marketing, de intermediación; estimulando el contacto de los emprendedores con las empresas de la localidad. (OECD, 1999)

Los servicios que ofrece una incubadora están en la puesta en marcha y la aceleración de la cadena de emprendimiento.

4.2.4 Aceleradoras empresariales

Las aceleradoras empresariales con instituciones de apoyo a las pequeñas y medianas empresas para que puedan crecer y desarrollarse al nivel de las grandes empresas y su objetivo principal es brindar un apoyo a las empresas ya existentes y que tienen un gran potencial para desarrollarse.

Su objetivo es impulsar a empresas proyectándolas a mercados nacionales e internacionales a través de modelos de negocios innovadores y estrategias de alto impacto, aumentando su volumen de negocio de forma continua, generando empleos y la formación de cluster⁴⁷.

⁴⁷ Cluster, es una concentración geográfica de empresas, instituciones y universidades que comparten el interés por un sector económico y estratégico. Estas sinergias impulsan la innovación, mejora la competitividad y la promoción del sector y la defensa de sus intereses, por lo que son de gran importancia para la economía de una región y su crecimiento socio-económico.

Los servicios que presta una aceleradora son:

- Asesorías especializadas
- Vinculación con organismos de apoyo financiero y tecnológico.
- Vinculación con grandes empresarios, otras empresas y empresas de consultoría.

4.2.5 Parques tecnológicos⁴⁸

Los parques tecnológicos o tecnoparques como son más conocidos, son una iniciativa del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), el cual es un programa que actúa como “acelerador” para el impulso de proyectos i+D+i (investigación+desarrollo+innovación) plasmados en prototipos funcionales en cuatro líneas tecnológicas que promueven el emprendimiento de base tecnológica:

- Electrónica y Telecomunicaciones
- Tecnologías virtuales
- Ingeniería y Diseño
- Biotecnología nanotecnología

Este tipo de iniciativas busca promover y estimular la productividad y competitividad para las empresas y las regiones de Colombia, la generación y apropiación social del conocimiento, el emprendimiento y empresarismo de base tecnológica.

Objetivos:

- Apoyar el desarrollo de proyectos innovadores para la generación de productos o servicios, lo que fomenta un crecimiento económico y competitividad del país y de cada región.
- Contribuye a las relaciones entre el gobierno, empresa y academia; y así el desarrollo de acciones en conjunto encaminadas hacia la innovación.

⁴⁸ (Red Tecnoparque Colombia, 2011)

- Crea espacios para que los proyectos puedan ser materializados a través de prototipos funcionales, adicionalmente garantiza la difusión y transferencia tecnológica desde y hacia el sector productivo del país.

Dentro de los servicios que brinda se podrían describir los siguientes:

- Asesoría técnica personalizada para el desarrollo de proyectos i+D+i (investigación+desarrollo+innovación).
- Adaptación y transferencia de tecnología
- Generación y apropiación social del conocimiento
- Acceso a una infraestructura física y tecnología de laboratorios especializados enmarcados en las cuatro líneas de Desarrollo.

En Colombia actualmente, existen 813 instituciones distribuidas de la siguiente manera (Tabla 16):

Tabla 16. Número de Instituciones por Departamento de Colombia

Departamento	Número de centros
Antioquía	128
Bogotá	121
Valle del Cauca	83
Santander	74
Atlántico	36
Bolívar	29
Cauca	25
Risaralda	25
Tolima	23
Caldas	23
Nariño	22
Huila	22
Norte de Santander	22
Boyacá	17
Quindío	17
César	14
Meta	14
Córdoba	13
Cundinamarca	13
Sucre	12
Magdalena	10
Casanare	10
Guajira	9
Arauca	8
Caquetá	7
Chocó	6
Amazonas	6
Guaviaré	5
Guainía	5
Putumayo	4
Vaupés	4
Vichada	3
San Andrés y Providencia	3

Fuente: Elaboración propia con datos de "Directorio de Entidades de Apoyo al Emprendimiento –
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

4.3 En conclusión

Este capítulo podemos resumirlo bajo la siguiente premisa:

Posiblemente la expresión concreta más clara de una política activa de atracción de inversiones sea la existencia de una agencia de promoción de inversiones dotada con suficientes herramientas y recursos para ejecutar adecuadamente su labor. (CEPAL, La Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe, 2008)

Y de acuerdo a los casos de éxito como el de Malasia, República Checa, Singapur, Francia y España, la inversión extranjera logró importantes cambios con resultados positivos, a raíz de la creación de organismos de promoción para la inversión extranjera, modificando sus políticas económicas y fiscales para crear más incentivos o mejorarlos de ser el caso.

En Colombia Proexport, es el organismo encargado de dar a conocer al país, de llamar la atención del inversionista como sitio de destino para realizar su inversión. Pero este organismo se encuentra limitado en sus funciones, ya que sólo ofrece información de tipo macro, alcanzando un máximo detalle por sectores. Lo que ocasiona que actúe como un *punte* entre el inversionista extranjero y las instituciones que pueden brindarle la información específica que requiere para la toma de decisión.

Otro punto a tomar en cuenta es que este organismo al ser promotor de la exportación y al mismo tiempo tener que atender la promoción de la inversión extranjera, puede llevar a conflicto de intereses en algunos casos, perdiendo credibilidad ante los inversionistas.

Esta circunstancia hace que Proexport se limite a ofrecer un servicio más especializado a la inversión extranjera, dejando el espacio para la creación de un centro exclusivo dedicado al análisis, estudio y asesoría de la inversión extranjera en Colombia.

CAPITULO V. PROPUESTA DE UN MODELO DE UN CENTRO DE ESTUDIOS DE INFRAESTRUCTURA ECONÓMICA Y PRODUCTIVA DE COLOMBIA PARA LA INVERSIÓN EXTRANJERA

En esta investigación hemos observado como las condiciones económicas de Colombia, han mejorado al punto de ser considerado como uno de los principales países en Sudamérica, logrando un liderazgo comercial y empresarial sobre la zona, manteniéndose estable a pesar de las crisis que le han afectado; ya sea de manera directa o indirecta, manteniendo siempre movimientos positivos. Cabe mencionar que los problemas de seguridad, que han sido un obstáculo en el pasado para la imagen del país, actualmente están siendo modificados positivamente, e incluso se están dando nuevos pasos encaminados a eliminar el conflicto social.

Colombia fue uno de los primeros países que realizó modificaciones en sus políticas internas para atraer la inversión extranjera al crear incentivos, como la creación de zonas francas o los regímenes fiscales, al igual que ha realizado programas para promover todos los beneficios y atributos del país, como su privilegiada ubicación geográfica o la variedad de climas.

Por lo que podemos concluir que en todos los parámetros a considerar por cualquier inversionista extranjero, Colombia es uno de los países considerados como un atractivo sitio de destino.

A nivel Latinoamérica la competencia es activa entre países, refiriéndonos a la actividad de promoción y atracción de inversión extranjera, la tendencia es crear o mejorar los marcos políticos internos en función de las políticas de desarrollo de cada país y la creación de Agencias de Promoción de Inversiones (API), donde su principal objetivo es dar conocer los atributos y ventajas de cada país, así como centralizar las funcionalidades de promoción de la inversión extranjera.

Al analizar las API en Colombia, se puede observar que existe un espacio para la creación de un organismo que se centre en el inversionista extranjero, que pueda proporcionar toda la información requerida, así como su análisis y asesoría para la toma de decisiones, que pueda centralizar todos los servicios sin necesidad de recurrir a terceros.

Adicionalmente encontramos otro espacio, y es que en Colombia existe una brecha entre el mundo universitario y el mundo empresarial, es decir, que a pesar de que las universidades son instituciones generadoras de conocimiento con una base tecnológica y científica fuerte, y las empresas podríamos decir, que es donde “se ponen en práctica” todos los conocimientos, no se apoyan. Las empresas actualmente están desaprovechando el potencial que ofrece estas universidades. Y en algunos casos las universidades, están dejando desperdiciar oportunidades de crecimiento económico nacional.

A nivel país existen tres tipos de centros de investigación dentro de las universidades públicas y privadas:

- Centros que actúan como Unidades de emprendimiento, asesorando y apoyando al emprendedor a crear su plan de negocios, hasta su puesta en marcha.
- Centros que prestan sus servicios a entidades en proyectos específicos.
- Centros que ofrecen información de tipo estadística.
- Centros que ofrecen capacitación y asesoría.

Es por lo anterior, que la creación de un centro dedicado únicamente al inversionista extranjero, apoyándolo con la información y asesoría personalizada, el cual al ser parte de una prestigiosa universidad, significando un gran respaldo en la información y su análisis, ya que éste, estaría conformado por investigadores, docentes y estudiantes de alto nivel, garantizando la calidad y la transparencia en sus servicios, brindando al

inversionista la confianza necesaria así como la seguridad de que un solo lugar podrá atender todos sus requerimientos.

Para poder realizar el modelo del centro es necesario conocer y entender los factores de decisión de los inversionistas extranjeros, su proceso de evaluación y selección, para esto nos basaremos en el estudio de la MIGA⁴⁹.

5.1 Factores de decisión para invertir en el exterior

Para generar acciones y políticas que estén acordes a las necesidades y requerimientos de los inversionistas, es preciso entender y profundizar en los factores que son considerados por los inversionistas en el momento de evaluar los destinos de las inversiones.

Los datos de la Tabla 16, están basados en la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los factores que utilizan las empresas para seleccionar a su “lista larga” (conjunto de potenciales ubicaciones geográficas) y qué ponderación o prioridad le asignan a cada uno de esos factores?

⁴⁹ Un estudio que condujo MIGA del Banco Mundial en el año 2002, con el apoyo de Deloitte & Touche, sobre los objetivos y factores que influyen en la decisión de las empresas para invertir directamente en el exterior, este estudio se basó en una encuesta a empresas transnacionales. (Agency Multilateral Investment Guarantee, 2002)

Tabla 17. Los 20 factores críticos de selección

Factor	Porcentaje citado como “muy importante”
Acceso a consumidores	77
Ambiente político y social estable	64
Facilidad para hacer negocios	54
Calidad y confiabilidad de la infraestructura y servicios básicos	50
Habilidad para contratar profesionales técnicos	39
Habilidad para contratar ejecutivos	38
Nivel de corrupción	36
Costos laborales	33
Seguridad y criminalidad	33
Habilidad para contratar personal calificado	32
Impuestos nacionales	29
Costo de los servicios básicos	28
Caminos	26
Acceso a materias primas	24
Disponibilidad y calidad de universidades y formación técnica	24
Disponibilidad de terrenos con servicios habilitados	24
Impuestos locales	24
Acceso a proveedores	23
Relaciones laborales y sindicatos	23
Servicio transporte aéreo	23
Servicio transporte aéreo	23

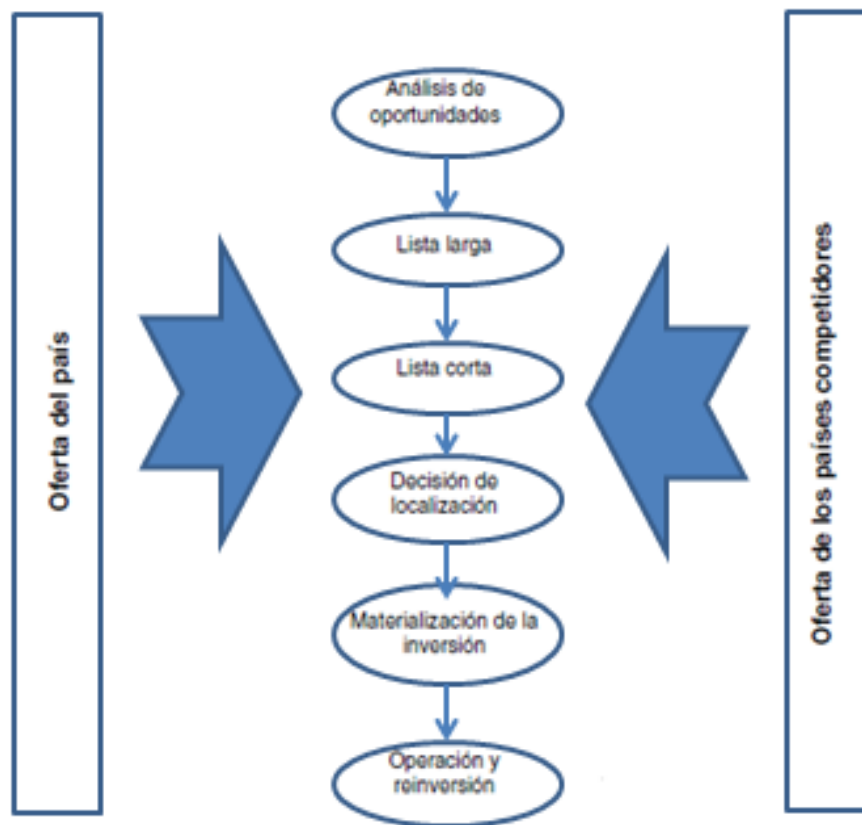
Fuente: Elaboración propia con datos de (Agency Multilateral Investment Guarantee, 2002)

De acuerdo a lo anterior podemos darnos cuenta que los tres (3) principales factores que se tienen en cuenta son: el *Acceso a los consumidores*, *Ambiente político y social estable* y *la facilidad para hacer negocios*. Lo interesante de estas respuestas es que los *Impuestos locales* fueron calificados relativamente bajo, y este es el mayor incentivo (exenciones o disminución tributaria) que utilizan los países como mecanismo de atracción de IED. Otro dato importante que se puede obtener es que se consideran factores de tipo cuantitativo y cualitativo como el *nivel de corrupción*, *la seguridad* o *la facilidad para hacer negocios*. Este tipo de descubrimientos ayuda a los gobiernos a modificar o crear políticas.

5.2 Proceso de evaluación y selección

Las empresas transnacionales tienen un proceso (Gráfico 25), para evaluar las opciones de inversión, el cual contempla las siguientes fases.

Gráfico 25. Proceso de toma de decisiones de las empresas



Fuente: Elaboración propia con datos de Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

- Análisis de oportunidad: las empresas están en una constante búsqueda y análisis de ubicaciones que satisfagan sus necesidades.
- Lista larga: una vez iniciado el proceso formal de evaluación según los parámetros y criterios de evaluación que hayan definido, las empresas recopilan información general para identificar una primera lista de países o localidades que cumplan satisfactoriamente las condiciones buscadas.
- Lista corta: del proceso de análisis anterior se selecciona una lista más breve con los países más atractivos, para luego recopilar información más detallada. En general, esta etapa comprende visitas a los países incluidos en la lista para

evaluar, verificar y recopilar información en terreno, y puede incluir negociaciones con las autoridades locales.

- Evaluación: Con la información y antecedentes anteriores se toma la decisión final. El proceso puede considerar varias interacciones, ya que las condiciones que ofrecen los países pueden ser dinámicas, en la medida de que existan procesos de negociación de incentivos u otras facilidades en curso.

5.3 Vinculación Universidad - Empresa

Por un lado tenemos a la Universidad, quien aporta al desarrollo del medio científico y tecnológico, la cual es generadora riqueza y de formación de capital humano, es el espacio para investigar, debatir y generar conocimiento nuevo o auto-transformarlo, pero no solo es productora de conocimiento aislada del contexto social, sino que también debe participar con planes, programas y proyectos de investigación que impacten positivamente los niveles de productividad y competitividad de las empresas. Pero, para que esto tenga el impacto que se necesita, son las empresas las encargadas de llevar a la práctica los resultados obtenidos en los procesos de investigación, ya que la Empresa es el ente de generación de productos valiosos, empleo y riqueza en las sociedades.

Es por lo anterior que de esta alianza productiva, exitosamente emergen la competitividad e innovación que un país necesita.

Parte de la vinculación universidad-empresa que se presenta con mayor frecuencia, es aquella donde las empresas ayudan al desarrollo de la ciencia y la tecnología, logrando un beneficio para ambas partes, ya que la empresa obtiene un producto, resultado de la investigación y el desarrollo y la universidad genera o aprovecha el conocimiento científico existente aplicado al sector productivo.

Podemos ver el siguiente ejemplo de entre la Universidad Nacional Autónoma de México UNAM y la empresa Halliburton de México S.A.,

esta empresa realizó un donativo a la Facultad de Ingeniería, para la creación de un Laboratorio de Cementaciones y Estimulaciones de Pozos Petroleros, el cual es único en su tipo en una universidad en América Latina, de esta manera se logran varios beneficios, (i) que los estudiantes egresados estén a la vanguardia para su incorporación a las compañías petroleras, (ii) se genera una garantía a la industria petrolera nacional, un desarrollo consistente, con los mejores profesionales preparados en las aulas universitarias, (iii) podrán hacerse estudios y pruebas para reducir el costo total de perforación de un pozo petrolero, (iv) realización de estudios avanzados sobre cementación de pozos para Petróleos Mexicanos y compañías de la iniciativa privada que prestan este servicio y (v) actuar en caso de arbitraje cuando hubiere discrepancias entre Pemex Exploración y Producción y otras compañías de servicio. (Ramón, 2004)

Otro tipo de vinculación, es cuando la Universidad en conjunto con una entidad, desarrollan un producto para el beneficio del país y se convierten en una empresa para su comercialización. Este tipo de casos demuestran la capacidad que tiene una universidad y como a través de la empresa, estos planes son desarrollados y puestos en práctica, como lo muestra el siguiente ejemplo:

A pesar de que México es uno de los principales exportadores de mangos en el mundo, solo representa el 14% de la producción total del país, esto se debe a que no toda la producción pasa por los controles de calidad, ya que se ven afectados por una plaga, un hongo, y los fungicidas actuales dejan residuos desmeritando de igual manera la calidad. Es por lo anterior que el Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo (CIAD), Unidad Culiacan, en conjunto con el Instituto de Biotecnología de la Universidad Nacional Autónoma de México UNAM, desarrollaron un biofungicida que elimina el hongo de manera natural sin dejar residuos, logrando beneficios de crecimiento

en la planta y también funciona para otros productos no solo el mango. Este producto Fungifree AB® fue patentado y desarrollado por una empresa creada por los científicos y comercializada por otra establecida en el mercado agrícola, ya se encuentra en el mercado y se encuentra cada vez mejor posicionado. (Gaceta Innovacion UNAM, 2013)

Otro tipo de vínculo es cuando este es fomentado por la Universidad, como en el siguiente caso:

El Laboratorio Central de Microscopía del Instituto de Física (LACMIF) de la Universidad Nacional Autónoma de México UNAM, refuerza los vínculos de la Universidad con los sectores público y productivo, ya que cuenta con las más sofisticadas técnicas de caracterización de materiales que permiten estudiar tejidos cancerosos, biomateriales, proteínas y enzimas presentes en los árboles como método indirecto para observar contaminantes, entre muchos otros. Adicionalmente el uso del equipo permite determinar, también, las cualidades específicas de partículas pequeñas, cerámicas, aleaciones, polímeros, biomateriales y desechos industriales. Sus posibles aplicaciones se dan en áreas como ciencias de materiales, elementos magnéticos, películas delgadas, polímeros, metalurgia, corrosión, aerosoles atmosféricos y de otros tipos, semiconductores, catalizadores para la producción petrolera y arqueometría, también en las ciencias biológicas, mediante el estudio de material orgánico (micro-celular, dental, microorganismos, virus, enzimas, bacterias, etcétera).

La coordinadora del laboratorio recordó el caso de una empresa de Tlaxcala que mandaba caracterizar mosquiteros y productos de fibra de vidrio a Francia. Ahora recurre a esta dependencia, lo que le representa un importante ahorro. Incluso se ha establecido un acuerdo con el Centro de Investigación en Polímeros de Comex, para estudiar

la distribución de partículas en pinturas, aspecto fundamental para mejorar la calidad. (Romero, 2004)

En Colombia también existe este tipo de vinculación pero son de confidenciales, por lo que no fue posible utilizar un caso específico para esta investigación, pero en el caso de la Universidad Externado de Colombia, se realizan investigaciones de mercado solicitadas por Proexport, así como también, el Ministerio de Comercio Exterior quien desde hace 9 años se apoya en esa universidad para que realice estudios investigativos y análisis económicos.

Por lo anterior podemos evidenciar que si existe una vinculación entre la universidad y la empresa, pero a pesar de esto, aun no se aprovecha al máximo, en América Latina las empresas no recurren a las universidades como su primera opción, ya que primero descartan que no exista alguna institución ya sea pública o privada que pueda apoyarlos en su requerimiento.

5.4 Propuesta: Centro universitario de investigación y asesoría interdisciplinaria para el inversionista extranjero en Colombia. (UNINVEST)

El UNINVEST es un centro de investigación y asesoría de carácter interdisciplinario enfocado en la investigación, análisis y asesoría al inversionista extranjero de forma personalizada durante todo el proceso, el cual inicia desde el considerar a Colombia como un país de destino de inversión extranjera, abarcando la toma de decisiones y la puesta en marcha de su inversión.

Este Centro cuenta con profesores, investigadores y estudiantes de amplia experiencia quienes poseen el sentido de análisis y asesoría, con el objetivo de lograr la vinculación entre la universidad como “generadora de conocimiento” y la empresa como la “puesta en práctica”, lo cual se ha dejado de lado en Latinoamérica, mientras que en países como Estado Unidos, Alemania, Japón y Suecia, es normal que las

empresas acuden a las universidades en busca de análisis de la información y asesoría, por los beneficios que ofrece:

- Imparcialidad en la información proporcionada
- Capacitación
- Conocimiento de punta
- Especialización Interdisciplinaria

Adicionalmente otro objetivo de este centro es el aprovechar todos los servicios que proporciona la universidad, es por esto que se busca trabajar en conjunto con los centros ya existentes dentro de la misma rama, de esta forma no se duplican esfuerzos ni se contraponen y así buscar la integración.

5.4.1 Planteamiento estratégico

5.4.1.1 Misión

Orientar y asesorar al inversionista extranjero, en sus necesidades individuales, cubriendo sus expectativas de información en el ámbito legal, de mercado y de cadenas de producción, en conjunto con su análisis, lo cual es primordial en la toma de decisiones, con el respaldo de una Universidad a través del conocimiento generado, el capital humano conformado por investigadores, docentes y estudiantes de alto nivel. Logrando aminorar la brecha entre la teoría y la práctica, y promover un mayor flujo de inversión directa en el país.

5.4.1.2 Visión

Ser el primer y más eficiente centro universitario a nivel latinoamericano, que garantice la información y el asesoramiento profesional, basado en los más altos estándares de calidad y servicio, en todas las áreas necesarias, que requiera cualquier inversionista extranjero en Colombia.

5.4.1.3 Objetivo

Analizar y establecer de manera objetiva las opciones de inversión en Colombia para estimular la inversión extranjera en el país y fomentar la vinculación entre la universidad y la empresa.

5.4.1.4 Funciones del Centro

- Es un centro especializado, dedicado a realizar los estudios, las investigaciones, los análisis y la asesoría que permita establecerse en Colombia, los cuales son diseñados de manera exclusiva para cada inversionista extranjero, considerando sus necesidades y las características de sus productos, todo esto de manera centralizada en un solo lugar.
- Se hace cargo del diseño, la elaboración y la permanente actualización del Régimen de Inversión extranjera, documento de consulta que contiene las plataformas legales, los beneficios e incentivos y demás legislación que tenga que ver con la inversión extranjera en Colombia.
- Actuar de forma proactiva, al realizar un análisis de las políticas y regímenes concernientes a la inversión extranjera y proponer las mejoras y reformas que pudieren realizarse.
- Es un organismo neutral, ya que no se encuentra vinculado al gobierno, por lo que evalúa objetivamente cada plan de inversión.
- Canaliza la inversión extranjera hacia alianzas estratégicas con productores nacionales.
- Al estar vinculado con universidades en otros países, facilita la difusión de los estudios realizados y así mostrar los puntos atractivos del país.

5.4.2 Estructura y Organización del centro

Para realizar la estructura de este modelo de centro, me basaré en las fases por la que atraviesa un inversionista, las cuales son:

- *Fase Exploratoria:* en esta fase se proporciona la información y su análisis a fin de poder asesorar al empresario a tomar las mejores decisiones para realizar su inversión de acuerdo al sector, adicionalmente dar a conocer los trámites y documentos requeridos.
- *Fase de Instalación:* la orientación va dirigida hacia la “puesta en marcha” de las operaciones, esto se refiere a los trámites y regulaciones necesarias. Apoyar al inversionista en temas legales, financieros, fiscales, recursos humanos y administrativos.
- *Fase de Operación:* esta etapa se refiere al apoyo para la expansión de sus operaciones.

De acuerdo a lo anterior y tomando en cuenta que este modelo, la estructura estará dividida en dos (2) secciones, las áreas principales, es decir, la razón de ser del centro y las áreas complementarias las cuales son necesarias para el funcionamiento del centro.

5.4.2.1 Áreas principales

Las cuales consisten en las siguientes:

SUBDIRECCION TECNICA

Es el manejo y control de toda la operación en forma productiva. Es quien maneja y controla que el centro mantenga la línea de funcionabilidad aprobada por la Junta

directiva, presenta los planes de operación y los candidatos a los cargos de subdirección.

Razón de ser del cargo

Es el responsable de todos los estudios comprometidos por el Centro a través del Director General, o los que sean de utilidad para la institución, debe estar atento a las necesidades, para conseguir el apoyo de otras instituciones adscritas al Centro y debe conocer el alcance de cada una de ellas, este cargo tiene un nivel de Decano de la Universidad. Sus conocimientos del comercio, la industria en general y la infraestructura de país, deben ser óptimos; debe estar en capacidad intelectual de suceder al Director General y debe tener un excelente dominio organización y manejo de grupos de trabajo

Funciones

- Determinar las necesidades del cliente
- Es el primer ejecutivo en conocer el producto de sus clientes y su alcance
- Establece los tipos de estudios e investigaciones a realizarse a cada cliente
- Establece los cronogramas de trabajo
- Contacta y evalúa todos los estudios, hechos por el Instituto o por terceros
- Dirige el equipo de las áreas: legal, de análisis económico y de estudios y análisis de investigación de mercados
- Decide la conformación de su equipo directo

GERENCIA JURIDICA Y LEGAL

Tiene dos áreas de trabajo, la primera se centra en la elaboración del documento del Régimen de Inversión Extranjera en Colombia, que incluye la parte laboral, comercial o régimen societario, tributaria, aduanera, régimen cambiario, legislaciones regionales y otros incentivos y beneficios de ley. Y la segunda parte que es la dedicada al asesoramiento, durante la fase analítica y el acompañamiento en los trámites

burocráticos hasta la puesta en marcha de la inversión y, durante el funcionamiento posterior de la nueva empresa.

Razón de ser del cargo

Es el responsable del asesoramiento legal y reglamentario de la inversión extranjera desde los requisitos migratorios para las visitas de los inversionistas, hasta la constitución legal y representación de un inversionista extranjero. Llegando hasta la puesta en funcionamiento de la nueva compañía del inversionista. Tanto para las Grandes Industrias como para las Pymes

Funciones

- Elaborar y mantener actualizado el principal producto del centro: El Régimen de la Inversión extranjera en Colombia
- Conocer y asesorar la legislación laboral
- Conocer y asesorar la legislación comercial
- Conocer y asesorar la legislación del régimen societario,
- Conocer y asesorar la legislación tributaria y aduanera
- Conocer y asesorar la legislación del régimen cambiario
- Conocer y asesorar sobre legislaciones regionales
- Conocer y asesorar sobre otros incentivos y beneficios de ley de la inversión extranjera

GERENCIA DE VINCULACIÓN CON CADENAS PRODUCTIVAS

Para esta posición, se espera que sea el compendio del conocimiento del medio y de la información sobre el terreno en el que se va a desenvolver el producto o servicio del inversionista,

Razón de ser del cargo

Se crea para hacer que el análisis de mercado sea mucho más completo, pero al mismo tiempo, deberá conocer y plantear las opciones de proveeduría local que más le

pueda convenir al inversionista, es el mayor conocedor todos los procesos de la cadena productiva, y complementará todos los estudios de mercado con la información detallada de las cadenas productivas del inversionista con respecto al mercado

Funciones

- Conocer en detalle el producto del inversionista
- Elaborar los listados de proveeduría local, con sus respectivos análisis por proveedor
- Es el enlace del centro con el mercado y los productores locales
- Elaborará el los análisis de precios del mercado.
- Presentará oportunidades de desarrollo a la industria local, a través de la Dirección Técnica del centro
- Mantener el más alto estándar de ética y confidencialidad, que de la mejor imagen del Centro
- Deberá mantener excelentes relaciones con todos sus contactos.

GERENCIA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Se concentra en la información que hay que tomar del campo, sea en forma directa o a través de otros institutos universitarios, diseña, cuantifica y califica los resultados para entregarlos debidamente analizados, sean de tipo cuantificativo o cualificativo. Analiza y cuantifica los mercados y sub-segmentos de interés de los clientes a través de estadísticas existentes o proyecciones elaboradas por este mismo departamento. Mantiene archivos estadísticos de toda la actividad comercial del país, disponibles por diferentes fuentes.

Su trabajo está centrado en el desarrollo tecnológico del Centro, de su desarrollo depende la calidad de la información, que se manejará para realizar y presentar los estudios, para los que contratan al Centro

Razón de ser del cargo

Se concentra en la información que hay que tomar del campo, sea en forma directa o a través de otros institutos universitarios, diseña, cuantifica y califica los resultados para entregarlos debidamente analizados, sean de tipo cuantificativo o cualificativo. Analiza y cuantifica los mercados y sub-segmentos de interés de los clientes a través de estadísticas existentes o proyecciones elaboradas por este mismo departamento. Mantiene archivos estadísticos de toda la actividad comercial del país, disponibles por diferentes fuentes.

Funciones

- Conocer desde los productos, hasta el desenvolvimiento del cliente en sus mercados
- Conocer todas las posibilidades que brindan las universidades y los institutos que prestan servicios de información, para brindar más posibilidades informativas
- Elaborar los informes, reportes y el resultado final de los estudios del Centro, para aprobación y entrega del sub- director del Centro
- Coordinar, dirigir y evaluar todos los estudios del Centro, con las distintas áreas del centro y los demás prestadores de servicios, usados por el Centro

GERENCIA DE INTELIGENCIA DE ANALISIS TECNICO Y DE MERCADO

Esta área corresponde a la evaluación técnica y de mercadeo, ya que su función es encaminar el rumbo de los estudios, de manera que atienda las necesidades del cliente y sus productos, agregándole posibles expectativas de desarrollo y preparando los reportes e informes necesarios para poner en disposición de que se haga el ingreso de la inversión extranjera.

Debido al objetivo de esta Gerencia, tendría varias sub-áreas ya al realizar el estudio técnico debe estar alguien encargado de cada rama para apoyar al inversionista conociendo su producto a fondo.

Razón de ser del cargo

Esta área es el corazón del centro, por cuanto a partir del conocimiento de los productos del inversionista, diseñara, elaborará, analizará y presentará el escenario y las perspectivas comerciales, que puede tener el inversionista con sus productos, en Colombia, sea por investigación directa o complementada por los Institutos universitarios asociados al centro, en todo el país.

Funciones

- Conocer desde los productos, hasta el desenvolvimiento del cliente en sus mercados
- Conocer todas las posibilidades que brindan las universidades y los institutos que prestan servicios de información, para brindar más posibilidades informativas
- Elaborar los informes, reportes y el resultado final de los estudios del Centro, para aprobación y entrega del sub- director del Centro
- Coordinar, dirigir y evaluar todos los estudios del Centro, con las distintas áreas del centro y los demás prestadores de servicios, usados por el Centro

5.4.2.2 Áreas complementarias

Se realizó esta clasificación no con el fin de minorizar ningún área, si no para realizar una distinción entre las áreas que pertenecen a la “razón de ser del centro” y las áreas que ayudan al funcionamiento de este.

JUNTA DIRECTIVA

Es el máximo organismo de dirección y control, es quien determina la filosofía del centro y está pendiente de la situación y los cambios del medio, para ordenar las medidas que permitan afrontarlos por parte del Centro y es el órgano consultor de la Dirección General.

Razón de ser del cargo

Dirigir el rumbo del Centro, acorde al concepto con el que se creó, califica los resultados de la gestión, escucha sus necesidades y apoya al director General para el buen funcionamiento y desarrollo del centro

Está conformado de la siguiente manera:

- Un delegado del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo
- Un delegado del PROEXPO
- El rector de la universidad o su delegado
- Un delegado por la Facultad de Ciencias Económicas e la universidad
- Un delegado de la Cámara de Comercio
- Y el Director General

Funciones:

- Nombra el Presidente de la Junta
- Se reúne 1 vez al mes en sesión ordinaria o cuando por urgencia lo solicite el Director General
- Nombra al Director General
- Aprueba las propuestas de cambios trascendentales en la organización
- Aprueba el plan estratégico presentado por el director y los sub- directores
- Aprueba los nombramientos de los subdirectores y gerente

DIRECCION GENERAL

Es una posición que tiene más de concepto político que operativo, puesto debe desenvolverse muy bien en el ámbito burocrático y empresarial, casi con perfil de Ministro, con facilidad para desplazarse por el mundo, manejar muy bien 3 o 4 idiomas diferentes al nativo. Estará bien informado de los cambios y las tendencias tecnológicas en el mundo, y podrá estar en capacidad de sugerir cambios estructurales o ajustes para la inversión extranjera al alto gobierno del país.

Razón de ser del cargo

Es el responsable del funcionamiento del Centro, incentiva los procedimientos y los planes estratégicos del Centro, Es el representante legal ante los órganos de control del país y es la máxima autoridad ejecutiva del centro, induce a los clientes o usuarios dentro de las expectativas que ofrece el Centro, es nombrado por la Junta Directiva

Funciones

- Establece la agenda de Junta Directiva
- Presenta sus candidatos a los cargos de Subdirectores y del Gerente a la Junta directiva
- Es el primer contacto para los clientes
- Hace control y seguimiento a los estudios en trámite de todos los clientes.
- Aprueba los presupuestos de administración
- Aprueba los presupuestos de facturación a los clientes
- Establece el contacto con los organismos complementarios al centro
- Mantiene comunicación directa con Proexport
- Dirige publicaciones y promoción del Centro
- Hace seguimiento al documento matriz del Centro, "El régimen de la inversión extranjera en Colombia en lo legal, los incentivos y beneficios para los inversionistas"
- Dirige el banco de posibles clientes y hace los contactos para que usen los servicios del Centro

DEPARTAMENTO PROMOCION Y PUBLICIDAD

Es la encargada de organizar y elaborar en forma física y/o por multimedia el Régimen de Inversión extranjera en Colombia, también es la encargada de realizar todas las publicaciones y elementos promocionales que requiere el Centro, con la aprobación de la Dirección General y Sub-dirección Técnica, mantiene actualizado el banco de clientes de la gran industria, del mundo entero y establece los contactos necesarios para que el director busque los acercamientos necesarios para dar a conocer el Centro

Razón de ser del cargo

Es el responsable de la imagen pública del centro y de sus actividades. Bajo la supervisión de la sub- dirección técnica mantendrá actualizado el Catálogo de la inversión extranjera en Colombia. Es el responsable del banco de candidatos que manejará en conjunto con la Dirección general.

Funciones

- Implementa la imagen pública del centro según las instrucciones de la Dirección general y sub- dirección técnica
- Estará recolectando la información de la gerencia jurídica y legal, del catalogo de la inversión extranjera, que a través de los medios públicos elegidos se publicará, previa aprobación de la dirección general y la sub- dirección técnica
- Al mantener actualizado el banco de candidatos de inversionistas de interés para el Centro y el país, deberá mantener una agenda para el inicio del contacto del Centro con el inversionista, según las indicaciones de la dirección general
- Hará los primeros contactos, para que la Dirección general se entreviste con los inversionistas

SUBDIRECCION ADMINISTRATIVA

Se encarga de la funcionabilidad del centro, de los recursos humanos, de la infraestructura física y de seguridad del centro, del software y hardware necesario para el funcionamiento del centro, depende del Director general

Razón de ser del cargo

Es el responsable de la mantener las condiciones de seguridad y físicas estén en un nivel optimo para el funcionamiento del Centro y velar por el nivel motivacional del equipo humano que lo conforma. Mantiene el nivel de satisfacción de todos los empleados se encuentre en el más alto nivel. del Centro, incentiva los procedimientos y los planes estratégicos del Centro, Es el representante legal ante los órganos de control del país y es la máxima autoridad ejecutiva del centro, induce a los clientes o usuarios dentro de las expectativas que ofrece el Centro, es nombrado por la Directiva

Funciones

- Establece la agenda de Junta Directiva
- Presenta sus candidatos a los cargos de Subdirectores y del Gerente a la Junta directiva
- Es el primer contacto para los clientes
- Hace control y seguimiento a los estudios en trámite de todos los clientes.
- Aprueba los presupuestos de administración
- Aprueba los presupuestos de facturación a los clientes
- Establece el contacto con los organismos complementarios al centro
- Mantiene comunicación directa con Proexport
- Dirige publicaciones y promoción del Centro
- Hace seguimiento al documento matriz del Centro, "El régimen de la inversión extranjera en Colombia en lo legal, los incentivos y beneficios para los inversionistas"
- Dirige el banco de posibles clientes y hace los contactos para que usen los servicios del Centro

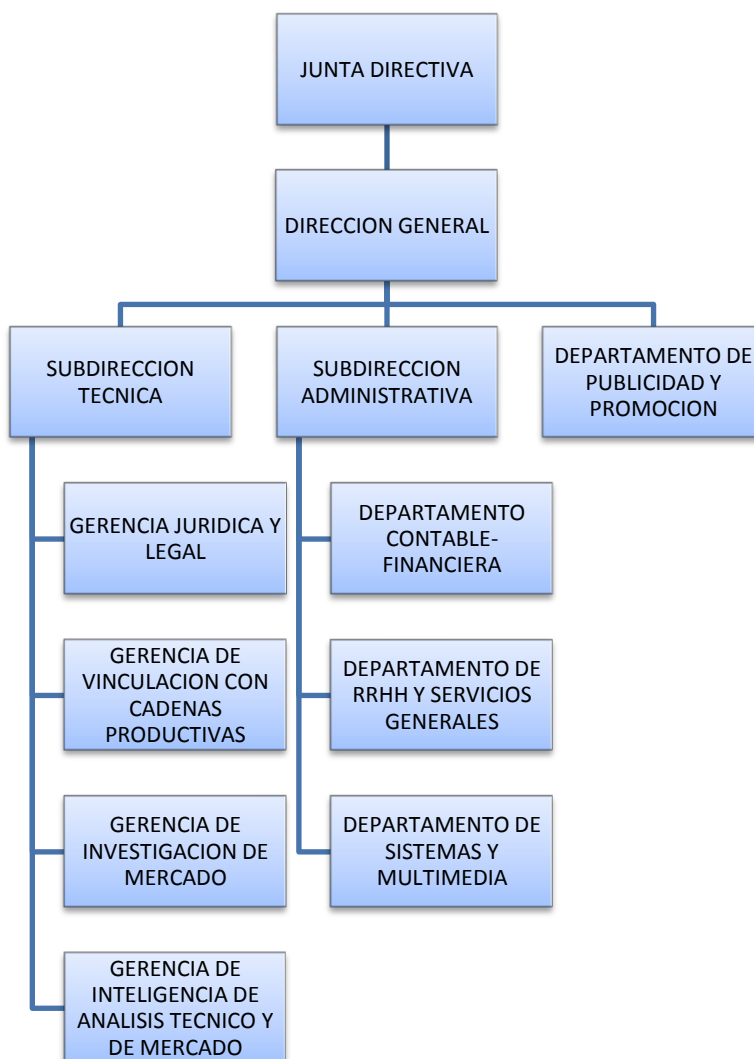
Dentro de esta subdirección se encuentran los siguientes departamentos:

- Departamento contable-financiero:
- Departamento de Recursos Humanos y Servicios Generales
- Departamento de sistemas y multimedia

5.4.2.3 Propuesta de Organigrama

Con base en las anteriores áreas planteadas, a continuación se muestra la propuesta de organigrama

Gráfico 26. Organigrama propuesto para UNINVEST



Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES GENERALES

En un mundo globalizado podemos concluir que cada día la inversión extranjera toma gran importancia, por las posibilidades de sus consecuencias positivas para las partes implicadas; a pesar de los debates que el tema ocasiona es una realidad que no se puede cambiar. La inversión extranjera es un “juego” que intenta crear sus propias reglas, de modo que los países en busca de un crecimiento económico realizan modificaciones en sus políticas a fin de atraer o limitar la inversión extranjera dependiendo de sus intereses para ganar este juego.

De acuerdo a lo analizado anteriormente la inversión extranjera a nivel mundial disminuyó en el año 2012 debido a la inestabilidad de la economía global, lo que causó debilidad en el sistema financiero y terminó dando una imagen deteriorada del entorno macroeconómico y la incertidumbre en la política. Ello ocasionó la desconfianza por parte de los inversionistas, como sucedió en Brasil donde se ha aplicado una política fiscal para controlar el ingreso de capitales extranjeros y así evitar la devaluación de su moneda. Evidentemente esto tuvo un alto costo, ya que la inversión extranjera disminuyó considerablemente.

La inversión extranjera es una moneda de dos caras: podemos ver el caso de China el cual es un país considerado dentro de las economías más grande del mundo, cuyo modelo económico está basado en la inversión extranjera y en las exportaciones, pero es uno de los países que más enfrenta problemas sociales severos e incluso ecológicos, incluyendo contaminación, desigualdad, corrupción y falta de acceso a una seguridad social digna. Pero también tenemos casos como es el del Reino Unido, el cual sigue fortaleciendo su posición como el destino líder en Europa para la inversión extranjera, ya que de estos se obtienen beneficios como la creación de empleos (nuevos y salvaguardados), ayuda a incrementar la productividad y competitividad de su economía, y es por lo anterior que siguen modificando sus leyes para atraer a nuevos inversionistas.

En el caso de la región de América Latina y el Caribe, podemos analizar los siguientes puntos: (i) la inversión extranjera está orientándose hacia la explotación de recursos naturales, (ii) Las empresas transnacionales incrementan sus utilidades, repatriando un porcentaje de las utilidades, (iii) Los países que mostraron aumento en su inversión extranjera durante el año 2012 son Argentina, Paraguay, Bolivia, Colombia y Uruguay versus Ecuador, Venezuela y Nicaragua que mostraron una disminución en el aumento atribuido a nuevas políticas proteccionistas y restrictivas para los inversionistas extranjeros.

En el caso particular de Colombia, que es un país que se encuentra en su auge económico y es considerado el cuarto país en población y en extensión del continente americano, su economía ha tenido un fuerte crecimiento en la última década, convirtiéndose en un sitio atractivo para la inversión extranjera. Es considerado hoy en día como destino recomendado y su economía se encuentra rankeada en el número 28 a nivel mundial, la cuarta a nivel de Latinoamérica y la tercera en América del Sur, de acuerdo al Fondo Monetario Internacional.

El liderazgo de Colombia aumenta con rapidez; el cambio de imagen del país a nivel internacional logra un reconocimiento en mercados internacionales: bajó a la categoría de “bajo riesgo”. Esto se debe al trabajo del gobierno junto con el sector privado que trabajan bajo perspectivas de inserción en la economía mundial en condiciones de competitividad.

Colombia, para contribuir a un mejor posicionamiento internacional y un mejoramiento de la calidad de vida, continúa con su política de integración, trabajando en estrategias de integración económica, suscribiendo acuerdos internacionales de comercio de última generación, cuyo objetivo es consolidar a Colombia como un país ciento por ciento confiable y atractivo para el desarrollo de negocios a través de la inversión extranjera.

Uno de los objetivos del país ha sido atraer la inversión extranjera, para lo cual ha modificado sus políticas internas, ha creado incentivos como la creación de programas para que los inversionistas puedan acceder a zonas francas o tengan beneficios de tipo impositivo, y por las estadísticas está haciendo un buen trabajo, y esto se puede visualizar desde hace seis (6) años atrás.

Dentro de los mecanismos de promoción, Colombia posee varias API, las cuales, a pesar de ser privadas, sí se apoyan en instituciones gubernamentales como son el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. La principal API en Colombia es Proexport, la cual está dividida en tres áreas, que son exportaciones, turismo e inversión extranjera, es la más grande ya que tiene alrededor de veinticuatro (24) oficinas a nivel mundial y siete (7) a nivel nacional; a pesar de ser la más grande no satisface todos los requerimientos que necesita un inversionista, pero sí actúa como un puente entre las entidades que pueden apoyar en esa área al inversionista pero no son ellos quienes lo hacen directamente. Lo mismo ocurre con las API ubicadas en las ciudades más importantes del país, como son Medellín, Barranquilla, Bogotá, Pereira y Cali.

Adicionalmente en el país se encuentran organismos de apoyo al empresario o el emprendedor dependiendo del área en donde se encuentre dentro de la cadena de valor de emprendimiento, ya que existen desde unidades de emprendimiento, laboratorios para el emprendimiento, incubadoras, aceleradoras y parques tecnológicos. De los cuales algunos de estos centros están dentro de las Universidades con el fin de fomentar la vinculación Universidad-Empresa.

De acuerdo a los casos que pudimos analizar, podemos ver que sí existe una vinculación entre la Universidad y la Empresa a nivel América Latina como es el caso de México específicamente en la UNAM. Parte de esta vinculación no es sólo de parte de las empresas privadas sino también las entidades de gobierno recurren para apoyarse en estudios e investigaciones, esto por la garantía de calidad en la información proporcionada así como su análisis, y para aprovechar los conocimientos

generados de tipo científico o tecnológico, los cuales tienen como objetivo ayudar o solucionar necesidades o problemas del país en cualquier ámbito.

En esta investigación se pudo analizar y conocer los factores que influyen en los inversionistas extranjeros en el momento de seleccionar un país anfitrión, lo cual evidenció que el principal factor es el *acceso a los consumidores*, seguido por un *ambiente político y social estable* y la *Facilidad para hacer negocios*, es decir, que las políticas del país deben estar encaminadas a lograr que en el país esos factores se encuentran en óptimas condiciones. Y una vez realizadas las modificaciones correspondientes es responsabilidad del país promover estas a nivel internacional a fin de promover, de posicionar a Colombia dentro de los posibles países de destino.

Pero una vez que el inversionista extranjero es atraído hacia Colombia, ahora depende de que tenga una excelente asesoría durante todo el proceso que implica realizar la inversión. Pero actualmente en Colombia no existe un centro integral, un centro que realice y analice todos los requerimientos específicos de acuerdo al tipo de producto, a los intereses del inversionista. Es por eso que esta tesis plantea el modelo de un Centro especializado en la inversión extranjera y se propone que este sea un servicio de una universidad en Colombia, de esta manera se realizaría una asesoría totalmente personalizada y específica y aprovechando los beneficios y ventajas de la infraestructura, el capital humano y el conocimiento generado que solo puede ofrecer una universidad.

La hipótesis planteada fue “*Mediante un Centro de estudios dirigido al inversionista extranjero en una universidad en Colombia, se podría informar, orientar y asesorar al inversionista extranjero para invertir en Colombia y promover un mayor volumen de inversión extranjera directa*”, de acuerdo a la evidencia que se mostro, a los centros que posee actualmente el país, a la vinculación que existe entre la universidad y la empresa, en los beneficios que nos brinda que el centro sea parte de una universidad y tomando en cuenta que las API son un mecanismo de promoción para la inversión extranjera, la hipótesis general como las específicas se confirman.

Por lo tanto la creación de un Centro bajo las características que se plantean a lo largo de esta tesis, ayudaría a fomentar la inversión extranjera en el país, mejoraría la asesoría y potenciaría la calidad de la información que recibe el inversor, ya que son puntos importantes dentro de la toma de decisiones de los inversionistas. A la vez que está ayudando económicamente al país y consolidando la unión de recursos de las universidades y las empresas colombianas.

LISTADO DE GRAFICOS

Gráfico 1. Pirámide poblacional Año 2012

Gráfico 2. América del Sur

Gráfico 3. Colombia – Mapa Físico

Gráfico 4. Regiones Geográficas de Colombia

Gráfico 5. Crecimiento Anual del Producto Interno Bruto 2001-2012

Gráfico 6. Crecimiento económico mundial versus crecimiento económico de Colombia.

Gráfico 7. Balanza Comercial 2000 – 2012

Gráfico 8. Valor CIF de las importaciones 2000-2012

Gráfico 9. Valor FOB de las importaciones 2000-2012

Gráfico 10. Tasa de desempleo 2006-2012

Gráfico 11. Tasa de inflación de Colombia 2006-2012

Gráfico 12. Índice Global de Inversión Extranjera Directa 2007-2012 (trimestral)

Gráfico 13. Entradas de IED, Global y por grupo de económicas 1995-2011 (Billones de dólares)

Gráfico 14. Flujos de Salida de IED, de los principales grupos económicos 2000-2011

Gráfico 15. Valor de las Fusiones y Adquisiciones y proyectos de IED en nuevas instalaciones en todo el mundo, 2007-2011

Gráfico 16. Flujos de la IED entradas (inflows) 2005-2011

Gráfico 17. Flujos de la IED salidas (outflows) 2005-2011

Gráfico 18. Flujos de inversión extranjera directa total (IED) en Colombia 2006-2012

Gráfico 19. Composición del flujo de inversión extranjera directa (IED) en Colombia

Gráfico 20. Composición porcentual de la inversión extranjera directa en Colombia por país de origen en el 2006 y el 2012

Gráfico 21. Flujos de inversión extranjera directa en Colombia por sector económicos (excepto sector petrolero). Año 2012

Gráfico 22. Flujos de inversión extranjera directa en Colombia. Sector petrolero vs. Resto de sectores.

Gráfico 23. Relación entre el organismo de promoción de inversiones y el inversionista

Gráfico 24. Proceso del laboratorio para el emprendimiento innovador

Gráfico 25. Proceso de toma de decisiones de las empresas

Gráfico 26. Organigrama propuesto para UNINVEST

LISTADO DE TABLAS

- Tabla 1. Teorías del Comercio y su capacidad para explicar las causas del comercio
- Tabla 2. Principales ciudades de Colombia
- Tabla 3. Panorama de la economía mundial 2012
- Tabla 4. Colombia: Origen de las importaciones 2005 – 2012
- Tabla 5. Colombia: Destino de las exportaciones 2005 - 2012
- Tabla 6. Número de Universidades por departamento.
- Tabla 7. Número de programas de acuerdo su nivel de formación
- Tabla 8. Distribución por sector de los proyectos de IED, 2005-2011 (Miles de millones de dólares y porcentajes).
- Tabla 9. Flujos de la IED por región 2009-2011 (Miles de millones de dólares y porcentajes)
- Tabla 10. La distribución por rango de los flujos de IED 2011
- Tabla 11. Acuerdos internacionales de Inversión vigentes de Colombia
- Tabla 12. Convenios internacionales de Colombia
- Tabla 13. Flujo de inversión extranjera directa (IED) en Colombia
- Tabla 14. Flujos de inversión extranjera directa en Colombia según actividad económica
- Tabla 15. Especialización de los servicios de apoyo ofrecidos por las diferentes instituciones de acuerdo a la etapa de la cadena de valor de emprendimiento
- Tabla 16. Número de Instituciones por Departamento de Colombia
- Tabla 17. Los 20 factores críticos de selección

FUENTES DE INFORMACIÓN

Bibliografía

- Agency Multilateral Investment Guarantee, M. (January de 2002). Foreign Direct Investment Survey. Washington D.C., Estados Unidos: Banco Mundial.
- Dos Santos, T. (1977). Algunas aclaraciones sobre la teoría de la dependencia. Economía Informa. Facultad de Economía de la UNAM , 17.
- Dunning, J. H. (1980). Toward an Eclectic theory of international production. Vol 11: Journal of International Bussiness Studies.
- Giraldo Zapata, C. (2009). Desarrollando nuevos emprendimientos. III Taller . Bogotá, Cundinamarca, Colombia: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Gutierrez Martinez, J. (2009). Out-Sourcing, Aspectos laborales y fiscales, ventajas y riesgos. México D.F.: ISEF.
- Heywood, J. B. (2002). El dilema del Outsourcing. La búsqueda de la competitividad. Madrid: Prentice Hall.
- Ornelas, R., Ceceña, A. E., & Barreda, A. (1995). Produccion estrategica y hegemonia mundial. México, p. 399: Siglo XX Editores.
- Ventures, C. P. (Diciembre de 2011). Consultoría para el Diagnostico del Estado del Sistema de Incubación de Empresas en Colombia. Bogotá D.C., Cundinamarca, Colombia: Ministerio de Comercio, Industroa y Turismo.
- Wolf, R. (1970). Modern Imperialism: The View from the Metropolis. American Economic Review (2), 225.

Hemerográficas, estadísticas y/o documentales

Banco de la República. (17 de Julio de 2009). Decreto N° 2080 de 2000 y sus modificaciones. DIARIO OFICIAL. AÑO CXXXVI. N. 44205. 25, OCTUBRE, 2000. PAG. 29 . Bogotá, Cundinamarca, Colombia: Secretaría de la Junta Directiva.

Banco de la Republica. (2012). Departamento de Cambios Internacionales. Inversión Extranjera Directa en Colombia . Bogota, Cundinamarca, Colombia.

Benegas, A. (Octubre de 1990). Revista Libertas 13. Adam Smith: a doscientos años de su muerte. Instituto Universitario ESEADE.

Canet, G. (Septiembre de 2000). El proceso estratégico asociado a la decisión de desintegrar actividades. Oviedo, España: X Congreso Nacional de ACEDE.

CEPAL. (2008). La Inversion Extranjera Directa en America Latina y el Caribe. NACIONES UNIDAS: CEPAL .

CEPAL. (2010). La inversión extranjera en América Latina y el Caribe. CEPAL.

DANE. (20 de Febrero de 2013). Comercio Exterior. Importaciones y Balanza Comercial. Bogotá, Cundinamarca, Colombia: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE-COMEX.

Emprendimiento e Innovación. (Junio de 2011). Modelo para Incubación de Empresas en Colombia. Bogotá D.C., Cundinamarca, Colombia: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

FOMIN. (s.f.). Guía de Aprendizaje FOMIN sobre Emprendimientos Dinámicos.

Gaceta Innovacion UNAM. (2013). Desarrollan primer biofungicida que elimina los hongos de los mangos. Gaceta Innovacion UNAM , 4-6.

González Blanco, R. (Febrero de 2011). Revista de Economía - Tendencias y nuevos desarrollos de la teoría económica. Diferentes teorías del comercio internacional (858). España: ICE Información Comercial Española.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (Julio de 2009). Política de Emprendimiento. Bogotá D.C., Cundinamarca, Colombia: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Montes Pineda, C. (2011). Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Ecosistema de Emprendimiento. Bogotá D.C., Cundinamarca, Colombia: Departamento Nacional de Planeación.

Quinn, J., & Hilmer, F. (1995). El Outsourcing estratégico. . Harvard Deusto Business Review.

Ramón, V. (2004). Nuevo laboratorio. Gaceta UNAM , 1,5.

Romero, L. (2004). El LACMIF refuerza el vínculo con la industria. Gaceta UNAM , 8-9.

Peña-Vinces, J., Bravo, S. Á., & Pineda, D. (2011). Análisis de las características de las incubadoras de empresas en Colombia: un estudio de casos. Journal of Economies, Finances and Administrative Science , XVI (30).

Política de Emprendimiento. (Julio de 2009). Bogotá D.C., Cundinamarca, Colombia: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

UNESCO. (2011). Datos Mundiales de Educación. VII Ed. 2010/11 . WDE.

Colciencias, I. C. (Octubre de 2007). Programa FINBATEC "Convenio BID-COLCIENCIAS". Las Empresas de Base Tecnológica e Innovadoras y su Relación con los Fondos de Inversión en Capital . Bogotá D.C., Cundinamarca, Colombia: Colciencias.

Sitios de internet

Acerca de nosotros BANCOLDEX. (2012). Recuperado el 26 de Enero de 2013, de BANCOLDEX: <http://www.bancoldex.com>

Agencia de cooperación e inversión de Medellín y el Área de Metropolitana. (2012). Recuperado el 30 de Noviembre de 2012, de www.acimedellin.org

Agencia de promoción de inversión de Risaralda. (2012). Recuperado el 18 de Enero de 2013, de <http://www.investinpereira.org/>

aregional. (Diciembre de 2002). Recuperado el 2 de febrero de 2012, de <http://www.iberomex.com/articulos/Bancomext/inversionextranjera.pdf>

Buscabiografías. (s.f.). Recuperado el 2013 de Mayo de 28, de <http://www.buscabiografias.com/bios/biografia/verDetalle/5157/David%20Ricardo>

Colombia - Presidencia de la República. (2007). Recuperado el 2013 de Enero de 31, de Nuevo régimen de Zonas Francas:

http://web.presidencia.gov.co/especial/zona_franca/index.html#que_son

Colombia, B. d. (1 de Abril de 2013). Series Estadísticas. Recuperado el 5 de Abril de 2013, de Sector Externo: http://www.banrep.gov.co/series-estadisticas/see_s_externo.htm

DANE. (21 de Marzo de 2013). Boletín de Prensa. Recuperado el 2 de Abril de 2013, de Producto Interno Bruto: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bolet_PIB_IVtrim12.pdf

DANE. (Diciembre de 2010). Comercio Exterior. Recuperado el 15 de Marzo de 2013, de Exportaciones y Balanza Comercial: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/exportaciones/bol_exp_dic10.pdf

DANE. (18 de Febrero de 2013). Comercio Exterior. Recuperado el 30 de Marzo de 2013, de Exportaciones: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/exportaciones/bol_exp_dic12.pdf

Díaz Ríos, D. J. (Julio de 2007). Guía para elaborar un plan de mercadotecnia. Recuperado el 2012, de <http://www.eumed.net/ce/2007b/djdr.htm>

El Espectador. (2 de Septiembre de 2011). Colombia espera producir un millón de barriles diarios al final de 2011. Recuperado el 18 de Diciembre de 2012, de El Espectador.com: <http://www.elespectador.com/economia/articulo-296496-colombia-espera-producir-un-millon-de-barriles-de-crudo-diarios>

El Universal. (14 de Marzo de 2007). Recuperado el 1 de Febrero de 2013, de Finanzas: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/412217.html>

Extremadura, U. d. (s.f.). EdukMarketing. Recuperado el 2012, de <http://educamarketing.unex.es/Guias.htm>

Gómez, Y. (20 de Marzo de 2009). La Revista de la Ideas. Recuperado el 23 de Agosto

de 2012, de <http://aquevedo.wordpress.com/2009/03/20/neoliberalismo-decadencia-y-permanencia-por-t-dos-santos/>

Invest in Bogota. (2012). Obtenido de <http://es.investinbogota.org/>

Invest Pacific. (2012). Obtenido de www.investpacific.org

Ministerio de Educación Nacional. (16 de Junio de 2010). Recuperado el 25 de Marzo de 2013, de Sistema de Educación Superior:
<http://www.mineducacion.gov.co/1621/w3-propertyvalue-43808.html>

Ministerio del Trabajo. (31 de Enero de 2013). Recuperado el 1 de Marzo de 2013, de Republica de Colombia: <http://www.mintrabajo.gov.co/enero-2013/1501-tasa-de-desempleo-en-2012-es-la-mas-baja-en-17-anos.html>

Nations, U. (2013). United Nations Statistics Division. Recuperado el 25 de Marzo de 2013, de Estructura detallada y notas explicativas CUCI Rev. 3:
<http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regcst.asp?Cl=14&Lg=3&prn=yes>

OECD. (Septiembre de 1999). OECD . Recuperado el 30 de Enero de 2013, de Business Incubation: International Case Studies:
<http://www.oecd.org/cfe/leed/businessincubationinternationalcasestudies.htm>

Organismo interministerial de gestión y competitividad de los territorios. (s.f.). Obtenido de <http://www.datar.gouv.fr/>

Probarranquilla. (2013). Obtenido de Agencia de inversión en el Atlántico:
www.probarranquilla.org

Proexport Colombia. (28 de Diciembre de 2012). Recuperado el 5 de Enero de 2013, de Promoción de turismo, inversión y exportación: www.proexport.com.co

Proexport Colombia. (27 de Noviembre de 2011). Invierta en colombia. Recuperado el 7 de Enero de 2012, de <http://www.inviertaencolombia.com.co/zonas-francas-y-otros-incentivos/otros-incentivos.html>

Red Tecnoparque Colombia. (2011). Recuperado el 14 de Febrero de 2013, de Programa SENA: <http://tecnoparque.sena.edu.co/Paginas/default.aspx>

UNCTAD. (2010). Obtenido de AMOPI: http://unctad.org/es/Docs/issmisc20042_sp.pdf

Wilk, R. (Mayo de 1998). Biographies. Recuperado el 30 de Junio de 2012, de Indiana University: http://www.indiana.edu/~wanthro/theory_pages/Wolf.htm