

MANUAL PARA LAS **REGIONES**

**ATRACCIÓN
DE INVERSIÓN PARA EL
DESARROLLO SOSTENIBLE
DE LOS TERRITORIOS
DE COLOMBIA**

MEJORES PRÁCTICAS
EN PROMOCIÓN DE INVERSIONES

COLOMBIA 
EL PAÍS DE LA BELLEZA

LISTADO DE ABREVIACIONES

Análisis DOFA – Análisis de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas (SWOT en inglés)

API – Agencia de Promoción de Inversión nacional (IPA en inglés) **APP** – Alianzas Público Privadas (PPP en inglés)

APRI – Agencia de promoción de inversión regional

CRM – Sistema de gestión de las relaciones con los clientes **DNP** – Departamento Nacional de Planeación de Colombia **ICA** – ICA Impuesto de Industria y Comercio

IED – Inversión Extranjera Directa (FDI en inglés)

IPRO – Proyectos estructurados (Investment Projects Ready to Offer en inglés) **KPI** – Indicadores clave de rendimiento

PUV – Propuesta Única de Venta (USP en inglés) **PV** – Propuesta de Valor

RA – Realidad aumentada **RV** – Realidad virtual

SIFAI – Sistema de Facilitación para la Atracción de Inversión **ZEE** – Zonas Económicas Especiales

ZESE – Zona Económica y Social Especial **ZF** – Zonas Francas

ZOMAC – Zonas más afectadas por el conflicto



INTRODUCCIÓN

Este manual de las regiones representa el tercer entregable de la consultoría realizada por Wavteq para ProColombia bajo el contrato BID 32 de 2022 para “Realizar un diagnóstico y un manual para las regiones que no cuentan con agencias de promoción de inversión regionales (APRI) u otra instancia de promoción de inversiones o negocios, que les permita comprender sus ventajas, fortalezas y oportunidades de mejora y les facilite la adopción de estrategias o herramientas para promover inversiones en sus territorios y ejecutar acciones enfocadas en la generación de oportunidades de inversión para fortalecer su posicionamiento frente a posibles inversionistas extranjeros”. El objetivo principal de este reporte es proporcionar un manual con paso a paso y mejores prácticas para la promoción de inversión extranjera directa (IED) para las regiones en Colombia.

Este proyecto hace parte del Convenio de Préstamo No. 4929/OC-CO “Programa de Apoyo a la Diversificación e Internacionalización de la Economía Colombiana” entre el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), cuyo objetivo principal es diversificar e internacionalizar la economía colombiana para impulsar el crecimiento económico del país.

Teniendo en cuenta que, a **varias regiones en Colombia que no cuentan con APRI**s dedicadas a promover las oportunidades de inversión, se dificulta su visibilidad en los planes de expansión de las empresas extranjeras.

Por lo anterior, el MinCIT y ProColombia encargaron a Wavteq realizar un diagnóstico y un manual que permita **generar herramientas para que los gobiernos regionales y locales que no cuentan con agencias**

de promoción de inversión regionales (APRI) (i) potencien estrategias de desarrollo, (ii) generen empleo, y (iii) mejoren la productividad de sus regiones con el fin de asegurar un crecimiento económico sostenido que beneficie a sus habitantes, a través de la atracción de inversión extranjera directa.

Este manual se divide en 9 capítulos. El primer capítulo presenta diferentes opciones para establecer una entidad de atracción de inversión. El segundo capítulo trata de explicar cómo desarrollar una estrategia de IED con sus diferentes elementos. En el tercer capítulo, se presentan los pasos y mejores prácticas para la promoción de sectores a inversionistas extranjeros. Seguidamente, el cuarto capítulo presenta buenas prácticas para el desarrollo de una estrategia de marketing digital y los tipos de actividades, incluidas las iniciativas innovadoras que están adoptando las APIs alrededor del mundo. También presenta pautas para supervisar y evaluar los resultados de las campañas de marketing digital. El quinto capítulo presenta las buenas prácticas para el desarrollo de Propuestas de Valor (PV). Después, en el capítulo 6, se ofrecen directrices para promover proyectos APP a inversionistas extranjeros. El séptimo capítulo describe la función de facilitación de inversiones, la cual consiste en brindar información y asistencia continua a los inversionistas, permitiéndoles analizar las oportunidades de negocio y concretar el proyecto de inversión. El capítulo 8 brinda a las regiones conceptos esenciales sobre los incentivos a la inversión, sus tipos, importancia e impacto en la atracción de flujos de IED. Finalmente, se cierra el manual brindando lineamientos básicos para fortalecer la captura, preservación y transferencia del conocimiento, contribuir al aprendizaje institucional y a la adopción de buenas prácticas, aun cuando el personal, el liderazgo y la estructura organizativa cambien.



5.

DESARROLLO DE UNA PROPUESTA DE VALOR ATRACTIVA

Este capítulo del manual presenta las mejores prácticas para el desarrollo de Propuestas de Valor (PV). Las propuestas de valor son una herramienta de mercadeo para promover un territorio como destino ideal para una oportunidad de inversión extranjera directa. Los principales objetivos de una propuesta de valor son (i) ofrecer una idea clara, concisa y transparente de los atributos de la región como destino de inversión; (ii) presentar la solución que ofrece a los requerimientos de los proyectos de inversión específicos y (iii) destacar los principales factores de diferenciación frente a regiones competidoras, entre otros. Los principales componentes de una PV son los siguientes:

- **Principales razones para invertir**
- **Ventajas comparativas**
- **Oferta del territorio**
- **Oportunidades específicas de inversión**
- **Casos de éxito**
- **Incentivos**

Como se detalla más adelante, las propuestas de valor pueden adoptar distintos formatos: folletos, fichas informativas, presentaciones en PowerPoint, etc. Las PV también pueden presentarse de diferentes maneras, por ejemplo, a través del sitio web de la APRI, las redes sociales o mediante cartas de presentación cuando se contacta por primera vez a un inversionista potencial.

Las PV son relevantes tanto para las agencias nacionales como regionales, ya que se trata del material indispensable para captar la atención del inversionista sobre el territorio. Idealmente, cada región debe contar con una PV para los sectores prioritarios. Además, sería crucial

proporcionar a ProColombia información relevante sobre los sectores priorizados por la región y las oportunidades de inversión regionales, que pueden incorporarse a las PV nacionales y a otro material de marketing (incluido el sitio web, etc.).

La estructura de este capítulo incluye las siguientes secciones:

1. Tipos de propuestas de valor
2. Componentes de propuestas de valor
3. Ejemplos de buenas prácticas
4. Propuestas de valor de proyectos estructurados (IPRO en su sigla inglesa)⁴²

NO. 1: Tipos de propuestas de valor

Se necesitan diferentes tipos de propuestas de valor para las distintas fases del proceso de atracción de inversiones y para los distintos sectores.

Los cuatro tipos de PV incluyen (1) Propuestas de Valor a nivel nacional, (2) Propuestas de Valor regionales o sectoriales, (3) Propuestas de Valor de ubicaciones especiales, y (4) Propuestas de Valor de Proyectos Estructurados (IPRO).⁴³ A

⁴² Las Propuestas de Valor para los proyectos estructurados se tratarán en la sección 4, ya que implican una estructura diferente y un mayor nivel de detalle en comparación con los otros tipos de PV.

⁴³ Si existen ubicaciones especiales y/o se han identificado proyectos de inversión estructurados en la región, es importante mencionarlos como parte de la competitividad en las PV regionales o sectoriales (a las que aplican).

continuación, se ofrece una visión general de cada tipo y de los principales sectores a los que pueden aplicarse.

- 1. Las propuestas de valor a nivel nacional** aportan una visión general de alto nivel de las oportunidades de inversión en un país, a menudo en forma de pasos para establecer un negocio para el inversionista, se suelen presentar en formato PowerPoint y PDF e información contenida en el sitio web de la API. El contenido de estas PV es de carácter general con datos macroeconómicos y de mercado, la información sectorial suele limitarse a una breve descripción.
- 2. Las propuestas de valor regionales o sectoriales** adoptan la forma de información detallada sobre ubicaciones regionales específicas o fortalezas sectoriales, incluyendo un análisis de sus ventajas competitivas.⁴⁴ Estas PV comúnmente se presentan en folletos promocionales, prospectos, presentaciones para inversionistas y también pueden crearse para eventos, seminarios web o reuniones específicas. Deben responder a las preguntas “¿Por qué debería una empresa invertir en su ubicación?” y “¿Cómo satisface su ubicación y su APRI las necesidades de los inversionistas?” Las PV regionales o sectoriales se recomiendan para todos los sectores y subsectores prioritarios.
- 3. Las propuestas de valor de ubicaciones especiales** incluyen zonas/

distritos especiales, Zonas Económicas Especiales (ZEE), Zonas Francas (ZF), parques industriales y otros.⁴⁵ Adoptan la forma de una guía general sobre la ZEE, ZF o el parque industrial, incluyendo una descripción detallada de los beneficios de la inversión en la zona o el parque. Entre los beneficios que se describen pueden figurar los posibles incentivos disponibles, los servicios de facilitación a la llegada del inversionista (soft landing), la infraestructura de conectividad, etc. Las PV de las ZEE o de los parques industriales se recomiendan para todos los sectores y subsectores objetivo.

- 4. Las Propuestas de Valor de Proyectos Estructurados (IPRO en inglés)** adoptan la forma de un documento que proporciona información clave sobre oportunidades de inversión específicas a nivel de proyecto. Se trata de PV más detalladas y en la sección 4 de este capítulo se profundiza más en este tema. Los proyectos estructurados se recomiendan para los sectores en los que hay proyectos específicos que buscan inversionistas, así como para cualquier ubicación “llave en mano” o para los contratos de asociaciones público-privadas (APP). El contrato Llave en mano es una modalidad que se ha ido concretando en el comercio internacional de construcción, a través de usos y prácticas de los agentes implicados del sector. Hoy en día es un mecanismo que potencia la inversión y que dota de seguridad jurídica a los operadores económicos.

⁴⁴ La propuesta regional debe ser siempre una parte de la propuesta sectorial, es decir, se puede tener una propuesta regional para dar a conocer las oportunidades y en general a la región, pero cuando se tiene una propuesta sectorial igual se debe tener información de la región como contexto.

⁴⁵ Otras ubicaciones especiales incluyen proyectos de ciudad o distritos especiales como los Distritos de innovación RutaN en Medellín o el Distrito de Ciencia, Tecnología e Innovación que se está proyectando en Bogotá.

NO. 2:

Componentes de la propuesta de valor

Las propuestas de valor nacen para ser una herramienta de marketing específica. Deben ser breves y concisas, a menudo no superan las 10-15 páginas, ya que es poco probable que los inversionistas lean documentos más extensos. Los folletos o perfiles de proyectos pueden ser tan cortos como 1 o 2 páginas. La longitud de cada PV depende de la calidad y la cantidad de información necesaria para mostrar la oportunidad disponible. Los componentes típicos de las PV son los siguientes⁴⁶:

- **Principales razones para invertir en la ubicación:** esta primera parte es la introducción a la PV y es la parte más importante del documento. Estas primeras líneas tienen que transmitir el mensaje de por qué el inversionista debe invertir en la ubicación y no en otra. Idealmente las ventajas se pueden resumir en un mensaje clave.⁴⁷ Un buen ejemplo es la propuesta de valor de la Ciudad de Buenos Aires que indica “Si buscás una Ciudad donde el talento y la creatividad se potencian con una gran calidad de vida, Buenos Aires es para vos.” Claramente se destacan los atributos de talento, creatividad y calidad de vida como principales razones para invertir en la capital.⁴⁸ Otra manera muy típica de hacerlo es mencionar “Los X razones para invertir en región Y”. Estas razones deben reflejar las principales ventajas competitivas de la región que luego se detallarán en las páginas siguientes. No deberían ser más de 10 razones (3 a 5 idealmente). Esto significa que estas razones definirán la estructura de la

primera parte de la PV. En el caso de Marruecos en el Ejemplo 1 más adelante se destacan las 3 principales razones para invertir en el país:

1. Ambiente atractivo de negocios, 2. Competitividad, 3. Sostenibilidad.

Es importante tener en consideración en esta sección los motivos de inversión presentes y más relevantes de los inversionistas. En el ejemplo de Marruecos se enfatiza el aspecto de la sostenibilidad como un determinante clave de inversión.

- **Ventajas competitivas:** breve descripción de las ventajas competitivas que ofrece la ubicación en cuestión, según las principales razones destacadas en la introducción. También puede incluir datos de referencia detallados que muestren la posición competitiva del lugar frente a los competidores. La Tabla 11 muestra como la identificación de fortalezas y su visualización con datos comparativos permite construir una PV exitosa. Para identificar las principales ventajas competitivas se puede basar en los siguientes factores de competitividad:
- **Entorno de negocios:** macroeconomía, instituciones (p.ej. facilidad de realizar trámites, permisos de construcción), etc.
- **Talento/Educación:** calidad, disponibilidad y costo de talento
- **Infraestructura:** física (p.ej. carretas, aeropuerto, puertos y TIC)

46 En este apartado se presenta una estructura típica de PVs. El orden puede cambiar en algunos casos (p.ej. mencionar casos de éxito al inicio o incluir los incentivos en la primera parte de las ventajas competitivas como en el ejemplo de Marruecos).

47 Si la región tiene desarrollado una marca región, las PV deben seguir las normas de la marca (por ejemplo, en cuanto a mensajes/formulaciones/términos específicos, diseño/colores/tipo de letra etc.)

48 Enlace: <https://investba.buenosaires.gob.ar/es/static/inverti-ba-por-que-ba>

- **Acceso a mercados:** p.ej. Tratados Libres de Comercio (TLC), Acuerdos bilaterales de Inversión, etc.
- **Calidad de vida:** salud, educación escolar, oferta cultural, clima, etc.

La clave es encontrar información cualitativa y cuantitativa que demuestra las ventajas competitivas de su ubicación en comparación a sus principales competidores. El diagnóstico de las regiones presenta unos indicadores que se pueden usar para demostrar las fortalezas, pero lo importante es escoger las estadísticas e información que sea más relevante para los inversionistas, así como los datos más recientes de los rankings que hacen lucir a su territorio de manera más atractiva para la inversión extranjera. En el ejemplo de Marruecos, se dan para cada una de las 3 principales razones para invertir detalles a través de información cualitativa y cuantitativa. Lo más importante es ser conciso y visual. Se deben evitar frases largas y apoyarse en gráficos, mapas e imágenes para garantizar que la PV sea de alto impacto y que la oportunidad pueda ser entendida inmediatamente. A continuación, se dan ejemplos para cada uno de ellos:

- **Gráficos:** los gráficos son muy poderosos para demostrar las ventajas competitivas de una ubicación. Una visualización muy común son los gráficos de barras que comparan su territorio con otros competidores según un indicador (p.ej. comparación de costos de energía de su región y otras regiones). La idea es que uno escoge los indicadores donde su territorio tiene mayor desempeño y así demuestra sus fortalezas en el área.
- **Mapas:** los mapas son importantes para demostrar la ubicación estratégica de la región (p.ej. para el comercio doméstico y/o internacional) o para visualizar diferentes activos o el tejido empresarial en su región. Un ejemplo podría ser un mapa que visualiza la ubicación de Zonas Francas en la región.
- **Imágenes:** usar fotos de alta calidad y resolución es sumamente importante para el desarrollo de una buena PV. Las imágenes permiten al inversionista imaginarse cómo es la ubicación antes de visitarla. También está comprobado que las imágenes quedan más presentes en la mente del lector una vez que revisó su material de promoción.



Guatapé,
ANDES OCCIDENTALES COLOMBIANOS



Tabla 11. Importancia de ventajas competitivas para una Propuesta de Valor

| PROPUESTA DE VALOR | FORTALEZAS (DIAGNÓSTICO DE SU UBICACIÓN) | VENTAJAS COMPETITIVAS (EVALUACIÓN COMPARATIVA DE SU TERRITORIO) | SOLUCIÓN (LA PROPUESTA DE VALOR DE LA INVERSIÓN) |
|--|---|--|--|
| Características: | Lista de las ventajas que tiene/puede ofrecer un territorio | Elementos favorables que tiene una ubicación en comparación con la competencia | Mensajes sobre el valor que un territorio puede crear para la empresa |
| Responde a la pregunta de los inversionistas: | ¿Por qué deberíamos invertir en su ubicación? | ¿Por qué deberíamos invertir en su ubicación en lugar de otras? | ¿Qué es lo más atractivo de su oferta territorial? |
| Conocimientos necesarios: | Conocimiento del propio territorio | Conocimiento de del propio territorio y de la competencia | Conocimiento del propio territorio, de la competencia y de las necesidades específicas de los inversionistas |

Fuente: Wavteq

- **Recursos regionales:** una vez demostrado por qué su región es (la más) atractiva para invertir, es importante proveer información o datos actuales sobre los activos específicos que la región ofrece a los inversionistas. Estos datos pueden demostrarse a través de tablas con imágenes y descripciones o mapas que indican la ubicación geográfica de los activos, resaltando los más importantes en vez de una lista completa. En el caso de una oportunidad en el sector de servicios podría ser un listado de oficinas con una breve descripción de la ubicación, área disponible, precio por tamaño, etc. También es importante mencionar la participación y apoyo de otros actores en la región (p.ej. el sector académico, las empresas locales, formación de un clúster o el gobierno).
- **Oportunidades específicas de inversión:** en esta sección se promueven proyectos específicos para los cuales su región está buscando financiación. Pueden ser de formato APP o de otro tipo. Lo importante es construir un caso de negocio para cada oportunidad dando una breve descripción del negocio, los socios del proyecto, el monto estimado de inversión, requerimientos técnicos y operacionales, etc. (más detalles en la sección 4 de este capítulo sobre proyectos estructurados).
- **Casos de éxito:** suelen incluirse para demostrar proyectos exitosos en el territorio o sector. Idealmente se incluye un mínimo de 4-5 casos de éxito de las empresas más grandes y reconocidas a nivel mundial y que

realizaron inversiones significativas en su territorio. Idealmente se incluyen citas de representantes de estas empresas con fotos de los mismos y el logo de la empresa. Siempre debe pedirse el permiso con anterioridad a los inversionistas antes de incluirlos en su material de promoción.

- **Incentivos:** por último, debe incluirse un listado de todos los incentivos (tributarios, legales, arancelarios, no tributarios etc.) que se ofrecen al potencial inversionista describiendo el mecanismo, sus ventajas y requerimientos para obtenerlos.⁴⁹

Las propuestas de valor también pueden presentarse en una variedad de formatos diferentes en función de cada fase de promoción de la inversión. Por este motivo, no siempre es suficiente contar con un folleto general para inversionistas sobre la ubicación. En las etapas iniciales de búsqueda de oportunidades, cuando el inversionista puede incluso no tener un proyecto específico de inversión el objetivo es ubicar la región en el “mapa mental” del inversionista. Se debe informar sobre la propuesta de inversión general de la región, enmarcarla en Colombia ya que el inversionista probablemente no tiene conocimiento de las distintas regiones del país. Los inversionistas responden mejor cuando es posible vislumbrar la oportunidad comercial concreta, por ello, desde ese primer contacto se deben presentar los beneficios que se ofrece en sectores específicos. Cuando el inversionista se convierte en una oportunidad

de inversión (lead) y hace consultas concretas se provee información estratégica (véase el capítulo “Facilitar el establecimiento de nuevas inversiones”).

Disponer de una variedad de formas de Propuestas de Valor permitirá a su organización promocionar eficazmente su región. Las propuestas de valor pueden ser en formato físico (p.ej. folleto) o digital (p.ej. PPT/PDF, sitios web). Los argumentos clave de las PV pueden incluirse en las cartas de presentación, los correos electrónicos y los mensajes en las redes sociales que también suelen utilizarse para el contacto inicial con los inversionistas (ver Apéndice III para distintos ejemplos de contactar a potenciales inversionistas). Estos mensajes y presentaciones marcan el tono de la conversación con el inversionista potencial, por lo que es fundamental ser conciso y sucinto sobre la oferta de la región. Las propuestas de valor también pueden adoptar la forma de propuestas para inversionistas, que pueden utilizarse para responder a una solicitud de información (RFI) o presentaciones para inversionistas cuando su APRI se reúna con inversionistas u organice seminarios web. Las tendencias recientes relacionadas con la promoción de las PV incluyen la creciente importancia de las PV digitales⁵⁰, el uso de redes sociales, los sitios web, los seminarios web y la mayor adopción de la realidad virtual. Estas tendencias de digitalización y la mayor penetración de herramientas digitales han aumentado debido a la pandemia del COVID 19.

Por último, es importante tener las PV no sólo en lengua española sino también en inglés para los inversionistas de países no hispanoparlantes .



49 Véase el capítulo “Ofrecer incentivos para fortalecer la oferta territorial” para más información.

50 Véase el informe de referencia digital de Austrade sobre “Why Australia” como referencia, [Link](#)

NO. 3: Ejemplos de buenas prácticas

Los siguientes casos prácticos muestran ejemplos de buenas prácticas para cada tipo de Propuesta de Valor.

Ejemplo de Propuesta de valor a nivel nacional

“Morocco Now” ha desarrollado propuestas de valor a nivel nacional que muestran a

Marruecos como un atractivo destino de inversión y destacan información que necesitan todos los inversionistas, por ejemplo, datos económicos claves, la oferta y ubicación de zonas industriales y ventajas como el entorno de negocios favorable, competitivo y sostenible.

Ejemplo 1. Extractos de Morocco Now (PV a nivel nacional)



Fuente: Marruecos Ahora, [Enlace](#)



Santa Marta,
GRAN CARIBE COLOMBIANO

Ejemplos de Propuestas de valor regionales o sectoriales

Wavteq elaboró 3 folletos sectoriales y un folleto de propuesta de valor regional para Invest in Essex. Estas PV regionales destacan las principales ventajas competitivas de la región, como el acceso a los mercados de Europa y el Reino Unido, los emplazamientos disponibles en la región, la conectividad por carretera, etc. Se utilizaron imágenes y un mapa para ilustrar estas ventajas. También se elaboró una versión en lengua china para dirigirse a inversionistas del país asiático.

Ejemplo 2. Invest in Essex (PV a nivel regional)

Acceso a Europa y mercados en Reino Unido

Transporte y logística son los principales factores de competitividad para invertir en Essex. Essex tiene dos grandes aeropuertos, entre ellos el aeropuerto más grande de UK (London Stansted) y uno que se desarrolló recientemente llamado London Southend. La región también está al lado de Londres: a 30 minutos en tren y a 1 hora de manejo de London Gatwick y Heathrow. Essex es mejor conectado que la mayoría de los territorios en Europa con 160 conexiones internacionales.



| Localidad | No. de conexiones internacionales |
|-----------|-----------------------------------|
| Londres | 160 |
| París | 120 |
| Madrid | 100 |
| Amsterdam | 80 |
| Bruselas | 70 |
| Frankfurt | 60 |
| Estambul | 50 |
| Beijing | 40 |
| Shanghai | 30 |
| Seúl | 20 |
| Osaka | 10 |
| Yakarta | 5 |
| Singapur | 3 |
| Perth | 2 |
| Auckland | 1 |

Crossrail introducirá sus servicios de tren a partir de 2018 conectando Essex con varios puntos clave como el aeropuerto de Heathrow, Liverpool Street y Fenchurch.

| CONEXIONES EN RUTA | | | CONEXIONES DE TREN (CARGO) | |
|--------------------------|------------|----------|----------------------------|-------------|
| Localidad | Distancia | Tiempo | Localidad | Tiempo |
| Wells (EE) | 100 millas | 27 horas | Frankfurt (Alemania) | 10-15 horas |
| Londres (EE) | 100 millas | 30 horas | París (Francia) | 12-15 horas |
| Amsterdam (Países Bajos) | 100 millas | 30 horas | Madrid (España) | 15-20 horas |
| Bruselas (Bélgica) | 100 millas | 30 horas | Estambul (Turquía) | 20-25 horas |
| Frankfurt (Alemania) | 100 millas | 30 horas | Beijing (China) | 25-30 horas |
| Shanghai (China) | 100 millas | 30 horas | Seúl (Corea del Sur) | 30-35 horas |
| Osaka (Japón) | 100 millas | 30 horas | Yakarta (Indonesia) | 35-40 horas |
| Perth (Australia) | 100 millas | 30 horas | Auckland (Nueva Zelanda) | 40-45 horas |

Sitios & propiedades

Gateway Carvery



Ubicado en South Essex, al lado de **Quays Enterprise Park** y London Gateway, el sitio de desarrollo **Carvery** tiene un área de 8.5 ha.

London Gateway



London Gateway es uno de los puertos de logística más grandes de Europa. Con más de 9 millones pies cuadrados de espacio de almacenamiento y proximidad a todas las principales instalaciones de transporte.

The MedSci Business Innovation Centre for Medical and Advanced Engineering



Ubicado en el centro de Chelmsford, una ciudad nueva y creciente que ya hospeda a 12,000 empresas (entre ellas algunas de ingeniería y de tecnología médica).

Parkside Office Village



Ubicado cerca de la Universidad de Essex (**Colchester**), este porque se enfoca principalmente en la investigación y negocios. Su espacio de oficina ofrece entre 1 y 10 400 m² así como fácil acceso e excelente calificación.

Fuente: Wavteq basado en Invest in Essex (2014)

Wavteq también desarrolló 4 folletos sectoriales para la Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera de Túnez (FIPA). Cada uno de estos folletos tiene 3 páginas y cubrían las principales razones para considerar a Túnez como un lugar para invertir en la agroindustria, autopartes, el sector aeroespacial y los servicios tercerizados.

La información clave de los folletos incluía una visión general del sector en Túnez y sus principales ventajas competitivas (no más de 10 factores como costes laborales, acceso al mercado, industria en rápido desarrollo, etc.). Otros contenidos incluyen el apoyo

disponible por parte del gobierno y los sitios disponibles para los inversionistas. Por último, la información de contacto de la API está claramente expuesta para los inversionistas interesados.

Todos estos folletos hacen uso de gráficos, iconos e imágenes fáciles de leer. El material se diseñó en una plantilla PPT que también podía convertirse a PDF, de modo que pudieran utilizarse para enviarlos por correo electrónico e imprimirlos, así como para las presentaciones. Todos los folletos se publicaron también en el sitio web de la API.

Ejemplo 3. Extractos de FIPA Túnez (PV a nivel sector)

FIPA
INVEST IN TUNISIA

Invertir en Túnez

Agroindustria

¿Por qué Túnez para la agroindustria?

- ✓ Importante centro de exportación a los mercados de la EMEA.
- ✓ Alta cuota de mercado de las exportaciones agroalimentarias, con 1.362 millones de dólares de productos agrícolas exportados en 2019.
- ✓ Oportunidades para la integración de la cadena de valor, con una tasa de integración del 40% para los fabricantes y proveedores extranjeros.
- ✓ Acceso a mano de obra competitiva y a talento universitario altamente cualificado.
- ✓ Sector clave del crecimiento económico en Túnez, que representa el 16% del empleo y el 12% del PIB del país.

Túnez es un destino líder para el sector de la agroindustria y ya ha atraído a empresas de talla mundial como:

Koplait DANONE chambourcy Nestlé Coca-Cola HEINZ

ACCESO AL MERCADO

- ✓ Ubicación estratégica y bien posicionada para acceder a los mercados de Europa, Oriente Medio y África
- ✓ Vuelos de una hora a Europa y menos de tres horas a Oriente Medio.
- ✓ Estatus de socio avanzado de la Unión Europea.
- ✓ Único miembro no europeo de la AELC.
- ✓ Italia a menos de 100 millas.
- ✓ 52 acuerdos sobre doble imposición y 54 acuerdos bilaterales para promover y proteger las inversiones.
- ✓ Se está debatiendo la adhesión a la Comunidad Económica de Estados de África Occidental (CEDEAO), con 325 millones de consumidores.

Se ratifican acuerdos de libre comercio con Turquía, Egipto, Jordania y Europa

Miembro de COMESA con acceso a 825 millones de consumidores.

Túnez fue el 2º mayor exportador de dátiles secos y frescos a nivel mundial en 2019

Acuerdo de Asociación con la Unión Europea

Una mano de obra cualificada
El 42% de los laboratorios de investigación de Túnez (69) y el 40% de todas las unidades de investigación (271) en Túnez se centran en las ciencias de la vida y la biotecnología.
Fuente: Comisión Europea. Ayuda especial a Túnez Informe de actividades, 2019

Más de 1.200 titulados en educación superior al año en las disciplinas de agricultura, silvicultura, pesca y veterinaria.

Costes muy competitivos
Los costes laborales son **entre un 50% y un 80% más bajos** que los países de la UE y en comparación con otros países del norte de África. El coste laboral anual del personal de la agroindustria varía entre **2.830 dólares** (operario de producción poco cualificado) y **5.980 dólares** (operario de producción cualificado).
Los costes de los servicios públicos más bajos de Europa y el norte de África: una fracción del coste de la mayoría de los países de la UE, y el coste de la vida más bajo de África.

Fuente: Wavteq basado en FIPA

Ejemplos de Propuestas de valor de ubicaciones especiales

Las propuestas de valor centradas en zonas económicas especiales (ZEE) suelen ofrecerse a los inversionistas que buscan instalaciones para una nueva construcción, llave en mano o acceder a los beneficios de las ZEE. Los parques industriales o empresariales pueden ser propiedad de entidades públicas o privadas, y a menudo buscan reedificar terrenos en desuso, desarrollar nuevas oportunidades de Greenfield o privatizarlos.

Wavteq desarrolló propuestas de valor centradas en un parque empresarial para que Gateway mostrara los terrenos públicos disponibles para actividades sectoriales específicas, como el transporte, la industria manufacturera, etc. Como se ve a continuación, esta PV constituye un ejemplo de buenas prácticas en el uso de gráficos e imágenes de realidad virtual de los lotes y sus sectores.

Ejemplo 4. Gateway (PV centrada en el sitio/ZEE)



Fuente: Wavteq basado en Gateway

Wavteq también desarrolló una propuesta de valor general para las ZEE y PV específicas para cada sector, con el fin de apoyar a la zona económica de Ras Al Kahimah en sus actividades de generación de oportunidades de inversión. Al igual que muchas ubicaciones nacionales y regionales, las ZEE pueden tener múltiples oportunidades sectoriales y diversas propuestas de valor sub sectoriales.

Las PV genéricas para las ZEE suelen centrarse en la presentación de la zona, la infraestructura,

servicios, los incentivos, etc. Las PV específicas de sectores de las ZEE (que se muestran a continuación) ofrecen una descripción detallada de las ventajas para las empresas que operan en el sector objetivo, lo que puede incluir las tendencias del sector y de la región, las fortalezas del subsector, las oportunidades de la cadena de suministro, la información legal, la lista de empresas instaladas en la zona (dentro del sector objetivo), etc.

Ejemplo 5. Zona económica de Ras Al Khaimah (PV de ZEE)



**SECTOR FARMACEÚTICO
PRESENTACIÓN**

OPORTUNIDADES ATRACTIVAS EN LA INDUSTRIA FARMACEÚTICA Y VENTAJAS CLAVE

RAKEZ ofrece ventajas atractivas a empresas farmacéuticas en sus zonas industriales de **Al Dhajl** y **Al Hattira**, las cuales proveen simple acceso al mercado local y regional.

| | | | |
|---|---|---|---|
|  | <p>Clima de negocios competitivo en materia, con bajas tasas en Doha y de impuestos (140% menos que en zonas vecinas)</p> |  | <p>Marco regulatorio respaldado por una de las protecciones de Propiedad Intelectual más altas en la región</p> |
|  | <p>Ras Al Hattira ofrece ventajas clave de logística con proximidad a puertos de cabotaje y zonas de logística aérea</p> |  | <p>Procesos farmacéuticos automatizados en Doha se clasifican como "Tecnología de Alto Impacto" que reduce y se pagan tarifas reducidas al venderse en otros países GCC</p> |
|  | <p>Presencia de un ecosistema industrial debido a la proximidad Jubail</p> |  | <p>Fácil acceso a grandes empresas de manufactura (MNC) en Qatar en la zona y Doha</p> |

Fuente: Wavteq basado en Ras Al Khaimah Economic Zone, [Link](#)

NO. 4: Propuestas de valor de proyectos estructurados

El último y más detallado tipo de Propuesta de Valor es de un proyecto estructurado (Investment Project Ready to Offer (IPRO) en inglés). Un proyecto estructurado es un proyecto empaquetado que busca inversión, y que ha sido concebido por una entidad privada o pública. Un proyecto estructurado moviliza recursos humanos, materiales y financieros, de forma organizada para crear un producto, servicio o resultado concreto, de acuerdo con unos objetivos definidos y dentro de unas limitaciones de costo y tiempo. Se trata de una propuesta de valor más profunda para una oportunidad de inversión específica y totalmente conceptualizada que busca un inversionista que la materialice.

Los proyectos estructurados son una importante herramienta de promoción de la inversión por diversas razones:

- Los proyectos estructurados son específicos para las necesidades de inversión de un país o región y pueden utilizarse para promover dichas necesidades y cubrir las carencias de financiación.
- Pueden mejorar el perfil general como destino de inversión y actuar como un fuerte medio de promoción de la inversión.
- También pueden apoyar la expansión de las empresas nacionales y utilizarse para captar inversión en las brechas u oportunidades en las cadenas de suministro o mejorar el valor agregado de la industria.

Un proyecto estructurado es un proyecto empaquetado que contiene toda la información necesaria para que un inversionista pueda calibrar su interés inicial. Incluye una visión general del proyecto, información sobre los emplazamientos, el análisis financiero y los costes asociados, los estudios pertinentes realizados (rentabilidad, riesgo, viabilidad, etc.),

los socios del proyecto que están disponibles y mucho más. A continuación, se incluye una lista de los componentes específicos del proyecto estructurado. Hay muchos componentes en un proyecto estructurado y es importante entender lo que requiere la PV de un proyecto estructurado bien empaquetado y presentado.

Los componentes de un proyecto estructurado son los siguientes:

- **Resumen ejecutivo:** presentación a los principales interesados en el proyecto, propietarios, etc.
- **Concepto del proyecto:** antecedentes y justificación del proyecto (o de la empresa si se trata de una inversión en un start-up)
- **Análisis de mercado y concepto de marketing:** ¿Por qué el destino de inversión es adecuado para el proyecto?
- **Insumos:** ¿Qué insumos materiales (p.ej., materias primas) y/o intangibles (p.ej., propiedad intelectual) se necesitan para el proyecto?
- **Ubicación, emplazamiento y entorno:** ¿Cuál es el estado, el tamaño y la accesibilidad del emplazamiento o del proyecto?
- **Tecnología del proyecto:** ¿Cuáles son los requisitos del proceso tecnológico y operativo del proyecto?
- **Organización y gastos generales:** ¿Cuál es el capital general necesario para este proyecto?
- **Recursos humanos:** ¿Qué recursos humanos se necesitan para las fases de construcción y explotación del proyecto estructurado?
- **Ejecución y programación:** ¿Cómo es el ciclo de vida del proyecto?
- **Análisis financiero:** ¿Se ha realizado la viabilidad financiera? ¿Cuál es la tasa interna de rendimiento del proyecto?
- **Análisis económico (si procede):** ¿Cuál es el impacto económico del proyecto?



Tipos de proyectos estructurados

Existen diversos tipos de proyectos estructurados que pueden desarrollarse y promoverse. Los cuatro tipos principales son (1) proyectos estructurados del sector público, (2) proyectos estructurados del sector privado, (3) proyectos estructurados de asociación público-privada (APP) y (4) proyectos estructurados de privatización.

1. Los proyectos estructurados del sector público son proyectos de propiedad mayoritariamente pública que son desarrollados por organismos gubernamentales, buscando financiación de otra entidad. Suelen ser proyectos complejos y a gran escala centrados en activos y servicios estratégicos de los que el gobierno desea mantener el control. También suelen estar relacionados con proyectos que son prioridades nacionales y abordan objetivos socioeconómicos claramente identificados. Suelen darse en los sectores de las infraestructuras (como puentes, puertos, ferrocarriles, etc.), los servicios a ciudadanos (sanidad, educación, etc.), los servicios públicos (energía, agua) o en agricultura, entre otros. Los beneficios socioeconómicos de estos proyectos pueden superar los ingresos potenciales que generarían, y la relación riesgo-retorno no suele ser lo suficientemente atractiva para que los inversionistas privados se interesen.
2. Los proyectos estructurados del sector privado son proyectos de propiedad mayoritariamente privada que son desarrolladas por el gobierno o una entidad privada, en busca de inversión. La entidad pública puede seguir participando, pero a menudo como supervisor del proyecto. Los proyectos estructurados del sector privado suelen desarrollarse cuando no es estratégico o no es posible que el gobierno realice un proyecto por sí solo, o necesita

la inversión o la experiencia de una entidad privada. También pueden ser una inyección de capital y alianzas con empresas domésticas e inversión en emprendimientos emergentes, particularmente de base tecnológica. Por estas razones, estos proyectos estructurados son comercialmente atractivos, con un potencial de flujo de caja positivo, y a menudo abordan una oportunidad de mercado sin explotar. Suelen darse en los sectores de infraestructura, turismo, agricultura o empresas industriales.

3. Los proyectos estructurados de asociación público-privada (APP) suelen ser contratos a largo plazo entre entidades privadas y entidades gubernamentales para el suministro de un bien o servicio público. En estos contratos, la parte privada asume un riesgo y una responsabilidad de gestión importantes, y la remuneración está vinculada al rendimiento del proyecto. Este tipo de proyectos estructurados de APP tienen como objetivo conseguir inversión privada para proyectos que suelen ser de dominio público, y suelen darse en los sectores de infraestructura productiva y social, las industrias extractivas y de turismo.
4. Los proyectos estructurados de privatización pueden desarrollarse cuando el gobierno desea transferir la propiedad y el control de una empresa estatal al sector privado. No obstante, el gobierno puede mantener una participación minoritaria tras la venta a una entidad privada. Los proyectos estructurados de privatización se diferencian de las asociaciones público-privadas (APP) porque en las AP, el

sector público mantiene la propiedad o esta se transfiere al gobierno al terminar el contrato. Son especialmente comunes en las sociedades que han pasado de la planificación central a la economía de mercado, y pueden ser especialmente útiles para las economías en transición, donde pueden inyectar capital en las empresas existentes. Suelen darse en los sectores de infraestructura, industrias extractivas, telecomunicaciones, servicios públicos, transporte y servicios financieros.

El siguiente caso práctico sobre Uganda muestra un ejemplo de buenas prácticas de un proyecto estructurado. Invest Uganda desarrolló proyectos estructurados para una variedad de proyectos, incluyendo la construcción de una línea ferroviaria. Este proyecto estructurado es una asociación público-privada (APP) en la que la Corporación de Ferrocarriles de Uganda busca un socio para rehabilitar una línea ferroviaria de 500 km en la frontera sureste de Uganda. Tal y como estipulan las APP, las condiciones de este proyecto consisten en construir, explotar y transferir la propiedad de la línea de ferrocarril en el marco de una concesión de 20 años que comienza en 2023 y finaliza en 2043. El proyecto también indica que busca un monto de inversión de \$29,8 millones de dólares.

La PV de este proyecto estructurado se elaboró en forma de folleto y se publicó en el sitio web de Invest Uganda. También se promocionó a través de las redes sociales de la API para aumentar la visibilidad del proyecto. Como se ve a continuación, una sola página contiene toda la información necesaria sobre el proyecto propuesto, incluidos los datos de contacto de la API. También se presenta de forma clara y concisa, con imágenes atractivas que muestran el proyecto.

Ejemplo 6. Invest Uganda (PV de proyecto estructurado)



Modernización de la línea de tren Gulu - Packwach

| | | |
|----------------------------------|---|--|
| Inversión propuesta: | Modernización de la línea de tren Gulu - Packwach | |
| Ubicación del proyecto: | GULU - PACKWACH | |
| Sector: | Infraestructura | |
| Promotor de inversión: | Nombre: | Martin Muhangi |
| | Email: | mmuhangi@ugandainvest.go.ug |
| | Teléfono: | 00256-313-301000 |
| | Organización: | Uganda Investment Authority |
| Contacto del proyecto: | Nombre: | Stanley Sendegaya - Director |
| | Email: | s.sendegaya@urc.go.ug |
| | Teléfono: | 00256-788-989602 |
| | Organización: | Uganda Railway Corporation |
| Descripción del proyecto: | Uganda Railway Corporation está buscando un socio para modernizar la línea de tren Tororo - Gulu - Packwach que mide 500 km. El proyecto se otorgará por un periodo de 20 años (2023-2043) que incluye el desarrollo, la operación y el mantenimiento de la vía férrea. | |
| Detalles del proyecto: | Monto de inversión requerido (USD): | USD 29.8 |
| Tipo de proyecto: | Brownfield | |
| Tipo de inversión: | APP | |
| Estado del proyecto: | Etapa conceptual | |

Fuente: Wavteq basado en Ras Al Khaimah Economic Zone, [Link](#)

REFERENCIAS

Autoridad de Inversión de Uganda IPRO: <https://www.ugandainvest.go.ug/wp-content/uploads/2021/08/Bankable-Projects-Dubai-2020-V06-1.pdf>

Invest New Zealand IPRO:

https://assets.ctfassets.net/on0b3359khf9/3LgTOOr4JNYCgoclganM6wo/b1ce7f7d38c45763c79708013f5dd5fc/REGIONAL_STUDIO_STUDY_FOR_NZTE_BY_FELICITY_LETCHER.pdf

Página web de IDA Ireland: <https://www.idaireland.com/invest-in-ireland>

Perfiles del sector de Ciencias de la Vida de CINDE Costa Rica:

<https://www.cinde.org/en/resources/sector-brief-life-sciences>

Perfiles sectoriales de la Autoridad de Inversiones de Uganda:

<https://www.ugandainvest.go.ug/why-uganda/opportunities/>

Propuestas de proyectos de inversión de Invest Barbados:

<https://www.barbadostourisminvestment.com/investment-opportunities/>

Propuesta de valor de Invest in Cape Town:

<https://www.investcapetown.com/why-cape-town/>

Propuestas de proyectos de inversión de Invest India:

<https://indiainvestmentgrid.gov.in/sectors>

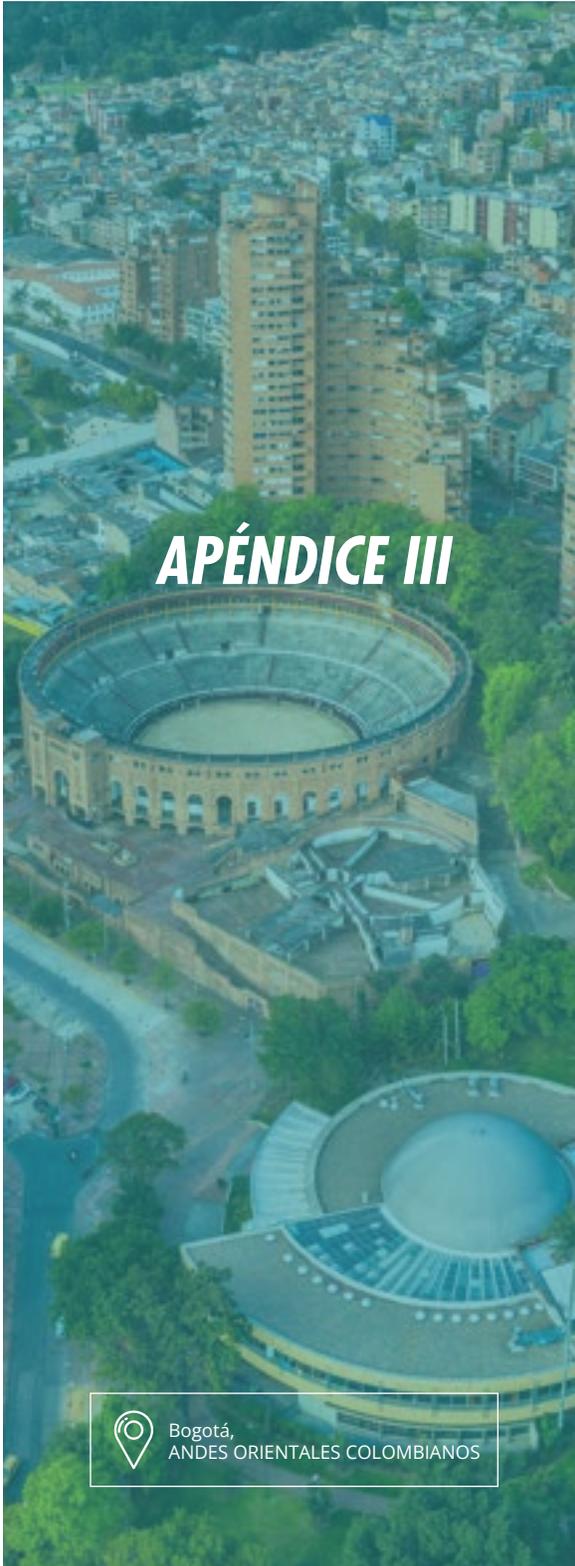
Propuestas sectoriales de Invest Ontario:

<https://www.investontario.ca/chemical-and-biochemical>

Perfiles industriales de Morocco Now (Aerospace):

<https://www.morocconow.com/wp-content/uploads/2021/10/Pitch-Aeronautics-AMDIE.pdf>

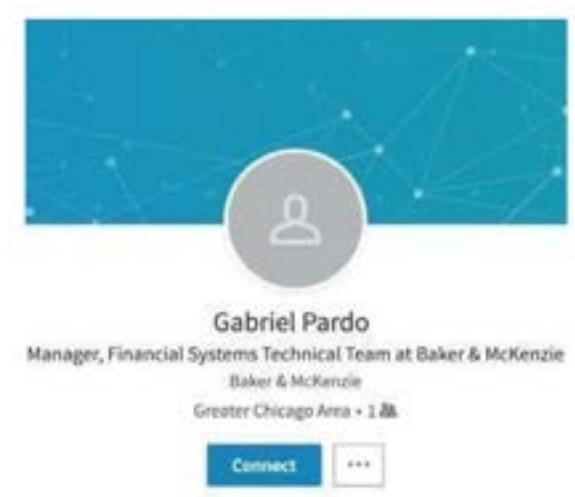
Página web del Parque Tecnológico MIRA: <https://www.miratechnologypark.com>



APÉNDICE III

Bogotá,
ANDES ORIENTALES COLOMBIANOS

Contacto inicial a través de LinkedIn



“El bufete de abogados Baker & McKenzie, con sede en EE. UU., está evaluando ubicaciones en el hemisferio occidental para establecer un centro de servicios compartidos (Shared Services Centre (SSC) en inglés). La instalación sería el tercer centro de servicios compartidos de la empresa a nivel mundial, después de Belfast (Reino Unido) y Manila (Filipinas)”. (Gabriel Pardo, Director Ejecutivo, B&M Global Services)

Fuente: FDI markets from the Financial Times

Presentación en inglés

“Dear Gabriel, I am [add name] from [add organization] and we saw in the FT that you are looking to establish SSCs in the western Hemisphere. [add country] has attracted over 10 major SSC projects in the last few years and is ranked as the most competitive location in Latin American & Caribbean. [add region] is the leading region within Colombia to attract FDI in BPO services. As the regional agency for [add region] we offer free and confidential services to help companies identify business opportunities and make their investments. I was wondering if you would be available for a

call to discuss further your plans and how [add region] could be a possible business solution for your SSC expansion needs? The below link www.abcd.com provides more information on our value proposition for SSC companies. Thanks very much for your consideration. Best regards....."

Presentación en español

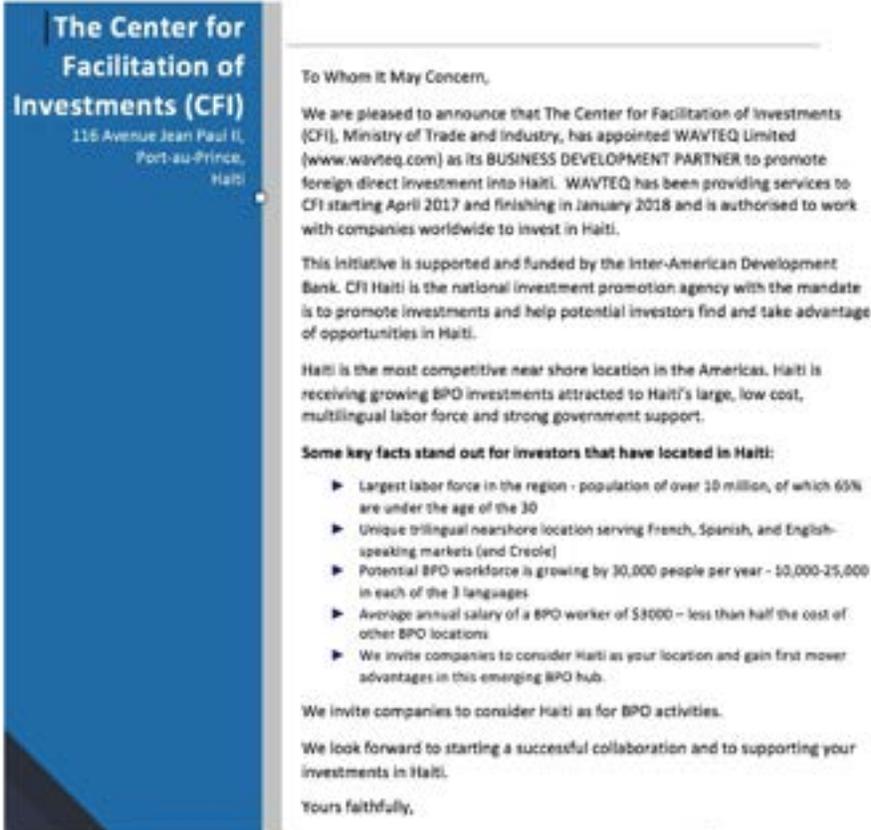
"Estimado Gabriel, Soy [añadir nombre] de [añadir organización] y hemos visto en el Financial Times que están buscando establecer un centro de servicios compartidos en el hemisferio occidental. [añadir país] ha atraído más de 10 grandes proyectos de CSC en los últimos años y está considerado como el lugar más competitivo de América Latina y el Caribe.

[agregar región] es la región líder dentro de Colombia para atraer IED en servicios de BPO. Como agencia regional para [añadir región] ofrecemos servicios gratuitos y confidenciales para ayudar a las empresas a identificar oportunidades de negocio y realizar sus inversiones.

¿Estaría disponible para una llamada para discutir más en detalle sus planes y cómo [agregar región] podría ser una posible solución de negocios para sus necesidades de expansión de la CSC? El siguiente enlace www.abcd.com proporciona más información sobre nuestra propuesta de valor para las empresas de CSC. Muchas gracias por su consideración.

Saludos cordiales. "

Ejemplo de carta de introducción a potenciales inversionistas – CFI Haiti Presentación en inglés



The Center for Facilitation of Investments (CFI)
116 Avenue Jean Paul II,
Port-au-Prince,
Haiti

To Whom It May Concern,

We are pleased to announce that The Center for Facilitation of Investments (CFI), Ministry of Trade and Industry, has appointed WAVTEQ Limited (www.wavteq.com) as its BUSINESS DEVELOPMENT PARTNER to promote foreign direct investment into Haiti. WAVTEQ has been providing services to CFI starting April 2017 and finishing in January 2018 and is authorised to work with companies worldwide to invest in Haiti.

This initiative is supported and funded by the Inter-American Development Bank. CFI Haiti is the national investment promotion agency with the mandate to promote investments and help potential investors find and take advantage of opportunities in Haiti.

Haiti is the most competitive near shore location in the Americas. Haiti is receiving growing BPO investments attracted to Haiti's large, low cost, multilingual labor force and strong government support.

Some key facts stand out for investors that have located in Haiti:

- ▶ Largest labor force in the region - population of over 10 million, of which 65% are under the age of 30
- ▶ Unique trilingual nearshore location serving French, Spanish, and English-speaking markets (and Creole)
- ▶ Potential BPO workforce is growing by 30,000 people per year - 10,000-25,000 in each of the 3 languages
- ▶ Average annual salary of a BPO worker of \$3000 – less than half the cost of other BPO locations
- ▶ We invite companies to consider Haiti as your location and gain first mover advantages in this emerging BPO hub.

We invite companies to consider Haiti as for BPO activities.

We look forward to starting a successful collaboration and to supporting your investments in Haiti.

Yours faithfully,

Presentación en español

A quien pueda interesar:

Nos complace anunciar que el Centro de Facilitación de Inversiones (CFI), del Ministerio de Comercio e Industria, ha designado a WAVTEQ Limited (www.wavteq.com) como su SOCIO DE DESARROLLO EMPRESARIAL para promover la inversión extranjera directa en Haití. WAVTEQ ha prestado servicios al CFI desde abril de 2017 y hasta enero de 2018 y está autorizado a trabajar con empresas de todo el mundo para invertir en Haití.

Esta iniciativa está apoyada y financiada por el Banco Interamericano de Desarrollo. CFI Haití es la agencia nacional de promoción de inversiones con el mandato de promover las inversiones y ayudar a los potenciales inversionistas a conocer y aprovechar las oportunidades en Haití.

Haití es la ubicación nearshore más competitiva del continente americano. La inversión extranjera en servicios BPO está creciendo en Haití, atraída por la amplia disponibilidad y bajo costo de la mano de obra multilingüe y por el fuerte apoyo del gobierno.

Algunos datos clave destacan para los inversionistas que se han ubicado en Haití:

- Posee la mayor mano de obra de la región caribe: más de 10 millones de habitantes, de los cuales el 65% son menores de 30 años.
- Única ubicación nearshore trilingüe que sirve a los mercados de habla francesa, española e inglesa (y criolla).
- La mano de obra potencial de BPO está creciendo en 30.000 personas al año - 10.000-25.000 en cada uno de los tres idiomas.
- Salario medio anual de un empleado de BPO de 3.000 dólares - menos de la mitad de los costos de otras ubicaciones de BPO

Invitamos a las empresas a que consideren a Haití para sus actividades de BPO y obtengan las ventajas de ser uno de los pioneros en establecerse en este centro emergente de BPO.

Esperamos iniciar una colaboración exitosa y apoyar sus inversiones en Haití. Atentamente

Plantilla de propuestas de valor (12-15 páginas)

0. Portada

- Título, p.ej. "Invierta en <nombre del sector> en <nombre de la región>"
- Logotipo de la APRI y/o de la gobernación
- Imagen asociada con el sector, p.ej. una fotografía de un parque solar para el sector de energías renovables

1. Principales razones para invertir

- Mensaje clave (si existe), p.ej. "Si buscás una Ciudad donde el talento y la creatividad se potencian con una gran calidad de vida, Buenos Aires es para vos."
- Razón 1, p.ej. Crecimiento del sector en la región
- Razón 2, p.ej. Atractivas oportunidades de inversión sectorial
- Razón 3, p.ej. Ambiente de negocios atractivo
- Razón 4, p.ej. Mano de obra calificada y rentable
- Razón 5, p.ej. Terrenos e infraestructuras disponibles
- Razón 6, p.ej. Acceso estratégico al mercado
- ... (hasta 10 razones)




 Bogotá,
 ANDES ORIENTALES COLOMBIANOS

2. Estudio de caso (cuando existan proyectos instalados en este sector)

- Antecedentes del proyecto, p.ej. inversionista, tipo de inversión, ubicación
- Objetivo, p.ej. tipo de producto / servicio
- Capacidad, p.ej. volumen de producción y/o número de empleos
- Inversión, p.ej. volumen en dólares

3. Panorama del sector (cuando no exista proyecto de inversión en este sector)

- Número de empleados en el sector (o porcentaje de la población o mano de obra)
- Contribución al PIB regional del sector (porcentaje o en dólares)
- Valor añadido del sector (en dólares)
- Disponibilidad de terrenos (p.ej. tierra de cultivo o polígonos industriales o espacio de oficinas) en m²
- Otro dato relevante del sector (p.ej. volumen de precipitación para el sector de agricultura)
- Porcentaje de exportaciones del sector
- ... (hasta 10 datos relevantes)

4. Razón 1, p.ej. Crecimiento del sector en la región

- Crecimiento del sector en Latinoamérica (datos o gráfico)
- Crecimiento del sector en Colombia (datos o gráfico)
- Crecimiento del sector en la región (datos o gráfico)
- Se pueden incluir más gráficos en una segunda página, p.ej. crecimiento de la población, del valor añadido del sector etc.

5. Razón 2, p.ej. Atractivas oportunidades de inversión sectorial

- P.ej. descripción de los segmentos (productos o servicios) más relevantes y/o con mayor dinámica de crecimiento

del sector o donde hay casos de éxito (inversionistas instalados)

6. Razón 3, p.ej. Ambiente de negocios atractivo

- Dato(s) de estabilidad política a nivel país (p.ej. Global Peace Index) y/o de ambiente de negocios (p.ej. ranking del Doing Business Report mundial o latinoamericano)
- Describir la economía de mercado a nivel país y proporcionar datos favorables a nivel país (p.ej. Global Competitiveness Index)
- Otros datos macroeconómicos favorables, p.ej. ranking de la inflación en Latinoamérica según datos del Fondo Monetario Internacional (IMF), costos de energía en comparación con otros países latinoamericanos, porcentaje de energías renovables en la matriz energética, etc.

7. Razón 4, p.ej. Mano de obra calificada y rentable

- Tamaño del mercado laboral (número de personas) en la región
- Porcentaje de empleados jóvenes (p.ej. 18-35) y con experiencia (p.ej. 35-65)
- Número de estudiantes en educación secundaria y terciaria (si hay universidades en la región)
- Nivel de salario mínimo y promedio (en este sector) en la región
- Si es favorable, incluir en una segunda página los salarios promedios de puestos de trabajo típicos del sector en comparación con otras regiones en Colombia, o entre Colombia y otros países latinoamericanos
- Otros datos favorables a nivel país, p.ej. de la Organización Internacional del Trabajo (ILO), de la Heritage Foundation (Index of Economic Freedom) o bases de datos como fDi Benchmark del periódico Financial Times

8. Razón 5, p.ej. Terrenos e infraestructuras disponibles

- Incluir un mapa de la región que muestra las ciudades principales y los elementos clave de infraestructura en la región
- Logística portuaria (si hay un puerto en la región), p.ej. volumen de carga anual, longitud del muelle, espacio de almacenamiento (m²)
- Proximidad a grandes centros de negocio o industriales y conexiones de vuelo (si hay un aeropuerto regional), p.ej. número de vuelos diarios, semanales o mensuales, a ciudades y países con conexión aérea (si el aeropuerto es doméstico o internacional). En el caso de ser un aeropuerto internacional, indicar las horas de vuelo a 2-3 capitales latinoamericanas y 2-3 metrópolis estadounidenses relevantes.
- Otras infraestructuras (si las hay en la región), p.ej. centrales hidráulicas, oleoductos o gasoductos etc.
- Otros datos favorables a nivel país, p.ej. calidad del suministro eléctrico según el Global Competitiveness Report

9. Razón 6, p.ej. Acceso estratégico al mercado

- Acceso al mercado regional, p.ej. proporcionar información sobre el tamaño del sector en Latinoamérica y mencionar Tratados de Libre Comercio con los países claves a donde se exportan productos/servicios en este sector

10. Calidad de vida

- Datos favorables regionales, p.ej. sobre el clima, la salud (p.ej. porcentaje de gasto público regional), la educación (p.ej. porcentaje de gastos públicos regionales), oferta turística (p.ej. número de turistas por año, principales atracciones turísticas) y cultural (p.ej. número de teatros, de salas de

conciertos, de cines, o descripción de las ofertas principales)

- Datos favorables a nivel país, p.ej. de rankings de calidad de vida como Legatum Prosperity Index, gastos públicos per cápita de la Organización Mundial de la Salud (WHO), estadísticas de turismo, datos de biodiversidad y sostenibilidad
- Si hay suficientes datos sobre calidad de vida, los aspectos de turismo se pueden incluir en una segunda página

11. Incentivos (si se ofrecen, si no describir los servicios que presta la API)

- Incentivos tributarios, legales y arancelarios y no tributarios más importantes para el sector, tanto a nivel país como a nivel región
- De existir muchos incentivos se pueden crear dos páginas para incluir una breve descripción de su mecanismo, ventajas y requerimientos para obtenerlos

Página de contacto

- Persona de contacto (nombre, cargo, deseable fotografía) y datos de contacto (correo electrónico personal, número de teléfono personal)
- Página web de la API y datos de contacto (dirección postal, correo electrónico, número de teléfono y de fax si hay)
- Enlaces a los medios sociales de la API
- Logotipo de la API y/o de la gobernación
- Imagen de la región o una imagen emblemática de la región (p.ej. un monumento en la capital o una impresión de la naturaleza regional) o del sector (p.ej. una fruta típica de la región para el sector de agricultura)



Santa Marta,
GRAN CARIBE COLOMBIANO

COLOMBIA

EL PAÍS DE LA BELLEZA