

Bogotá, una metrópoli diseñada para la inversión

Plaza Capital

Por: Laura Garzón Acosta

30.11.2007

Hacer de Bogotá una ciudad más competitiva ha sido una labor de inteligencia encabezada por la Alcaldía Mayor y ejecutada por la Secretaría de Desarrollo Económico de la mano de la Cámara de Comercio de Bogotá. El desarrollo de programas económicos nació de la necesidad de darle a la ciudad nuevas oportunidades de progreso y mejoramiento de los procesos productivos con el ánimo de ofrecer recursos y asesoría para la creación de micro, pequeña y mediana empresa en Bogotá. Desde entonces se crea 'Bogotá Región dinámica' cuyo propósito es implementar programas de cooperación público privada y que estén orientados a mejorar la productividad y competitividad en la región. La creación de una 'Agenda de Promoción de la ciudad' ha dirigido y definido mecanismos y estrategias para establecer criterios que propicien una mayor competitividad, buscando fortalecer el desarrollo de la ciencia, tecnología e innovación y la promoción de exportaciones de los productos, bienes y servicios que ofrece el Distrito Capital, así como la promoción de la ciudad para atracción de la inversión. En sus inicios, la corporación se proponía lograr un crecimiento anual de 8.5%. Se estimaba se reducir la pobreza, ampliar la formación de la actividad empresarial y del empleo, apoyar el emprendimiento, consolidar el modelo educativo con estándares de calidad internacional con el ánimo de que sea una de las cinco ciudades con mejor calidad de vida en Latinoamérica.

Bogotá concentra 206.000 empresas, es decir el 38% del total nacional, tiene una fuerza laboral altamente calificada y agrupa una de las estructuras productivas más diversificadas del país, con el predominio de prestación de servicios. Por estas razones se pensó en la creación de una agenda promotora de la inversión extranjera en la ciudad con programas de cooperación pública y privada, tales como Invest in Bogotá con el objetivo de apoyar inversionistas que deseen localizarse o expandir sus negocios en Bogotá y a su área de influencia, contribuyendo de esta manera al desarrollo de la región a través de la generación de empleo, promoviendo la transferencia de conocimiento y tecnología y sobretodo facilitando la creación de vínculos entre empresarios locales e inversionistas. La promoción de inversiones promueve que empresas locales se inserten en circuitos económicos globales, por medio de la creación de proveedores, como oportunidad para mejorar su productividad y calidad con el fin de competir y contribuir al desarrollo sostenible de la economía de la capital. La creación de vínculos entre locales y extranjeros se ha hecho por medio de la consultoría al programa acerca de posibles socios o prestadores de servicios y abogados. Hasta el momento han sido muchos los sectores que se han beneficiado con la apertura y la oferta, como contadores, colegios, hoteles, concesiones, etc. Invest in Bogotá fue el programa pilar que le dio origen a la creación a la iniciativa de cooperación y creación

Invest in Bogota - info@investinbogota.org

Cra 7a No. 71-21, Torre B, Oficina 901 - PBX: + 57 (1) 742.3030

Bogotá, D.C., Colombia

de la agencia. La atracción de inversión está dirigida a sectores de la economía en que la ciudad esté en capacidad de ser competitiva. Según Julio César Puentes, Oficial de inversión de Invest in Bogotá, “La inversión que nos nosotros atraigamos tiene que permitir diversificar la base productiva en aquellos sectores que la ciudad considera que tiene potencial para crecer de la mano de la inversión extranjera”.

Para llevar a cabo el programa en Bogotá y su región, Invest in Bogotá trabajó en puntos clave como una promoción proactiva con la cual se pretendía brindar apoyo y facilitar los procesos de inversión en sectores “Lo más difícil es convencer a los inversionistas de que vengan y conozcan Bogotá, una vez sucede esto, la ciudad se vende sola”, aseguró Puentes. De igual manera, se ha venido apoyando a inversionistas ya instalados en la ciudad, atendiendo a las necesidades y requerimientos que surjan con el ánimo de brindar condiciones para posibles reinversiones. La atracción de inversión es rigurosa en la medida en que se busca generar productividad con valores agregados, como es el caso de servicios para la exportación. Durante el año 2005, el programa concentró sus esfuerzos en la prestación de servicios de telecomunicaciones. Según El Informe anual 2006 de Invest in Bogotá los principales sectores receptores en Bogotá durante el periodo comprendido entre 1996 y 2005 han sido transporte y comunicación (32% de la producción), la manufactura (22%), intervención financiera (22%), inmobiliarias (14%), electricidad, gas y agua (10%), comercio (6%) y demás (6%).

Según María Fernanda Ocampo, presidenta de la Cámara de Comercio de Bogotá, los recursos para la creación de la agenda fueron aportados por partes iguales tanto del sector público como del privado, aunque este último tuvo más participación. La meta a tres años sería llegar alrededor 276 millones de dólares y que en las exportaciones se realizarán ventas por 355.4 millones de dólares. De igual manera, se estima la generación de 43.000 empleos, de los cuales 14.500 serían directos y 29.000 indirectos. Entre los años 2002 y 2007 según la Presidencia de la Cámara de Comercio de Bogotá, la ciudad en los últimos años ha logrado importantes avances y pasó del puesto 16 al 11 en materia de competitividad en Latinoamérica, incrementó las exportaciones un 20% y redujo el desempleo de 17% al 11% en el transcurso de estos años. Todo ello gracias a la creación de empresas derivadas de la inversión extranjera y de la localización de sucursales de extranjeras en la ciudad, convirtiéndola en un proveedor de servicios y productos. En su mayoría están dedicadas a proveer artículos y dispositivos médicos. Según Jaime Baena, presidente de Fresenius Medical Care Colombia S.A*, la compañía inició en el año 2001 con una inversión cercana a los US \$15 millones para el montaje de una planta de producción farmacéutica en Bogotá que centralizaría la producción de los medicamentos. Como resultado de la buena aceptación del producto, altos niveles de calidad y confianza, desarrollo tecnológico, apoyo científico permanente, entre otros, hoy en día se exporta el 55% de la producción nacional a países como: Perú, Chile, Ecuador, Venezuela, Panamá, Costa Rica, Salvador y Guatemala.

El sector conocido como BPO/Servicios compartidos es otro de los sectores que también se beneficia de la creación de la Agenda. Bogotá ofrece una combinación de ventajas para el sector de BOP o offshoring de procesos de negociación como incentivos fiscales para la inversión. Tal es el caso de la industria consolidada de Contact Centers o CallCenters con más de 10 años de experiencia. 32.000 agentes y cerca de 1.5 millones de llamadas al día. El sector automotriz por su parte ha logrado alcanzar niveles de consolidación por encima de lo que se esperaba, el periodo comprendido entre el 2004 y 2007 la venta de nuevos automóviles en Bogotá se duplicó. Para finales de este año, según la Cámara de Comercio de Bogotá, se espera superar la meta inicial de las 250.000 unidades en la Región Andina. Bogotá es una ciudad que alberga varias de las principales compañías ensambladoras y de autopartes a nivel mundial. Durante el año 2006 fueron ensamblados más de 136.240 vehículos en Colombia de los cuales el 61% fueron aportados por Bogotá. La venta al exterior de autopartes colombianas pasó de US \$86 millones a \$277 millones, de los cuales Bogotá presentó cerca del 40%.

El sector de los cosméticos y turismo marcaron la inversión extranjera. Grandes industrias cosmetiqueras como Henkel, Belcorp y Yanbal han realizado inversiones por más de US \$35 millones en la expansión de sus plantas y en nuevas marcas como: atura que ya ha ingresado al mercado local. Colombia tiene experiencia en la venta directa de cosméticos como Belcorp (Ebel) y Avon hasta hoy se registran 100.000 y 250.000 vendedoras respectivamente “Vemos un gran potencial en Bogotá. Para nosotros es muy valiosa su diversidad cultural, el profesionalismo de su gente, y las inversiones que están haciendo a futuro en la ciudad. Por eso es uno de los mejores lugares” aseguró Paolo Rosellini, director general de L’Oréal Colombia.* El turismo, por su parte, pone a Bogotá en el primer lugar de las ciudades más visitadas del territorio nacional. Para la Cámara de Comercio el mercado a tenido un incremento dinámico, durante los últimos años Durante los últimos años el número de visitantes extranjeros en Colombia ha aumentado, ya que mientras en 2002 se registraron alrededor de 541,000 visitantes, para el 2007 se espera que la cifra alcance los 1.3 millones de turistas. Los inversionistas esperan hacer de Bogotá una ciudad propicia, no solo para estos sectores, sino consolidar otros sectores de la economía.

Fuente: **Plaza Capital** (30.11.2007)
<http://www.plazacapital.org>