

Cómo seducir inversionistas

Revista Cambio

02.12.2009

El Banco Mundial reconoce la gestión de las agencias promotoras de inversión extranjera.

Tener un equipo con experiencia en el sector privado, ofrecer incentivos por buen desempeño, elegir sectores prioritarios y brindar información oportuna a las empresas, son algunas de las buenas prácticas que tienen las mejores agencias de promoción a la inversión extranjera en el mundo. Así lo señala un informe del Banco Mundial, producto de una investigación en 213 entidades de 181 países y en el cual se reconoce a la agencia Invest in Bogota como ejemplo en varias categorías.

Según el documento, más del 70 por ciento de las agencias de promoción del mundo están perdiendo oportunidades de nuevos inversionistas por fallas a la hora de suministrar información precisa y de manera oportuna. Justamente el Banco Mundial identificó 14 prácticas comunes en las entidades líderes, que pueden ser implementadas por aquellas que no tienen tan buen desempeño con el objetivo de que aumenten su participación en una torta que mueve más de mil millones de dólares.

Los primeros puntos están relacionados con promover la mentalidad del sector privado. Entre ellos está diseñar equipos en los cuales haya gente que tenga experiencia tanto en el sector público como en el empresarial y ofrecer salarios y bonificaciones cercanos al promedio de los entes privados.

Y en este aspecto, Invest in Bogota es ejemplo. El informe considera que la agencia sigue algunas de las prácticas de ofrecer bonos basados en buen desempeño. Si un miembro del equipo supera los logros y tiene buenos comentarios de los clientes, se le recompensa hasta con un 25 por ciento más de su salario anual.

La transparencia de los indicadores de desempeño y la fórmula de incentivos permite que los miembros del equipo sepan cuándo están cerca de un incentivo y de cuánto puede ser el monto percibido.

Otra práctica en la que se reconoce el desempeño de la agencia local es la libertad en las operaciones. El 73 por ciento de las mejores agencias son públicas y el 27 por ciento restante son total o parcialmente financiadas por el sector privado. En este último grupo está Invest in Bogota, en donde el 50 por ciento de su financiamiento proviene de la Cámara de Comercio de Bogotá y cinco de sus nueve miembros de la mesa directiva pertenecen al sector privado.

Los otros elementos comunes en las entidades con mejor desempeño son: que se han logrado concretar los esfuerzos en unos pocos sectores privados, tienen cooperación de

redes y socios locales y en el exterior así como equipos que constantemente están en entrenamiento y que hay personas bilingües en todos los niveles de la empresa.

Otro frente es acumular conocimiento profundo del negocio, para lo cual debe haber buenas capacidades de investigación y un equipo en donde cada quien tenga conocimiento específico de un área.

Finalmente, el Banco Mundial sugiere otros aspectos relacionados con la gestión interna de las empresas, entre los que se encuentran responder rápidamente correos y llamadas, actualizar permanentemente los portales de Internet con contenidos importantes para los inversionistas y hacer seguimiento a las respuestas que se dan a las solicitudes de información de las compañías. Ahí radica buena parte del éxito de las agencias.

Fuente: **Revista Cambio** (02.12.2009)

Encuentre este artículo en:

http://www.cambio.com.co/economicambio/857/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_CAMBIO-6723468.html