

Invest in Bogota y Proexport ganaron puestos 16 y 24 en ranking del Banco Mundial

Portafolio

11.05. 2009

La agencia que promueve la inversión extranjera en Bogotá, y el programa Marca País se posicionaron en el ranking que midió la gestión de 216 agencias nacionales y locales del mundo.

La evaluación del Banco Mundial está contenida en el informe FIAS Global Investment Promotion Benchmarking 2009, un estudio comparativo que analiza la capacidad de las agencias gubernamentales para actuar como intermediarios y atraer a sus regiones proyectos de inversión extranjeros.

Invest in Bogota fue creada hace dos años y opera con presupuesto del Distrito y del sector privado, a través de la Cámara de Comercio de Bogotá.

Al evaluar el desempeño de todas las agencias locales y nacionales incluidas en el estudio, Invest in Bogota ocupó el puesto 16. En el ranking general, Proexport está de 24, pero si se miran solo las 181 agencias nacionales estudiadas, se ubica en el puesto 16.

María Elvira Pombo, presidenta de Proexport, dijo que es la única de las agencias evaluadas que trabaja en la promoción del país hacia el exterior en tres ejes de negocio: inversión, turismo y exportaciones, además del programa Marca País.

Para el director de Invest in Bogota, Virgilio Barco Isakson, la calificación del Banco Mundial es "un sello de calidad" para la agencia bogotana, que en solo dos años de operación ha logrado atraer 260 millones de dólares en inversión, que han generado 7.300 puestos de trabajo.

El estudio evaluó la capacidad de las agencias para influir en el proceso de selección de los inversionistas extranjeros. Para ello, analizó el comportamiento que tuvieron frente a dos proyectos que buscaban expandir sus operaciones.

Solo 10 de las agencias hicieron el seguimiento y entregaron la información necesaria para asegurar la obtención del proyecto.

El primer lugar de las agencias que aprovechan las oportunidades de inversión extranjera para su país o región lo ocupó Australian Business Agency, según el ranking del informe, que

también destacó el trabajo que están desarrollando en este campo países como Brasil, Botsuana, Colombia, Lituania y Turquía.

"El nivel de ingresos del país no está vinculado al rendimiento de las agencias de promoción", dice el estudio, que detectó que el 70 por ciento de las agencias gubernamentales de promoción de inversiones del mundo desaprovechan las oportunidades de inversión y generación de empleo por no brindar información precisa y oportuna a los posibles inversionistas extranjeros.

Según Barco, Invest in Bogotá trabaja en dos frentes: detecta empresas extranjeras que no están en la ciudad, pero que podrían estar interesadas, y les envía información para motivarlas.

También promueve visitas para que conozcan las oportunidades que brinda la capital.

En otro frente, la agencia acompaña a las empresas extranjeras que ya están interesadas en Bogotá para que obtengan toda la información que necesitan para decidir sobre sus inversiones.

Fuente: **Portafolio** (11.05. 2009)
<http://www.portafolio.com.co/>