GUATEMALA

FOGUAMI
FORTALECIMIENTO DE LA POSICIÓN DE GUATEMALA EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES

UNIÓN EUROPEA

Articulación del Comercio Exterior e Inversiones de Guatemala

MEJORES **PRÁCTICAS** PARA LA **PROMOCIÓN** DEL **COMERCIO EXTERIOR** Y LA **ATRACCIÓN** DE **INVERSIONES**

Título: **Mejores Prácticas para la Promoción del Comercio Exterior y la Atracción de Inversiones**

Articulación del Comercio Exterior e Inversiones de Guatemala

Autor: Consorcio de Empresas ADEuropa, PROINTEC, Congenia y Sequa

La presente publicación ha sido elaborada con la asistencia de la Unión Europea. El contenido de la presente publicación es responsabilidad exclusiva del consorcio de empresas ADEuropa, PROINTEC, Congenia y Sequa, bajo el contrato (32) 01-2009/SER/LIR/UE y en ningún caso debe considerarse que refleja los puntos de vista de la Unión Europea, el Ministerio de Economía de Guatemala o el Proyecto FOGUAMI.

ISBN No. 978-9929-40-169-3

Presentación
Proyecto FOGUAMI

El Proyecto FOGUAMI de cooperación para el desarrollo económico de Guatemala ejecuta el Convenio de Financiación suscrito en diciembre de 2006, por la Comisión de Comunidades Europeas, en representación de la Unión Europea y por el Ministerio de Economía (MINECO) en representación del Gobierno de la República de Guatemala. Dicho convenio establece las aportaciones financieras, las condiciones particulares y generales, y las disposiciones técnicas y administrativas de este Proyecto que busca fortalecer las capacidades institucionales del MINECO para mejorar la inserción y el posicionamiento del país en los mercados internacionales. En este ámbito, FOGUAMI se encuentra actualmente en la fase de cierre, por lo que la Unidad de Gestión del Proyecto tiene hoy el gusto de presentar a usted siete publicaciones realizadas con nuestro apoyo.

FOGUAMI ha contribuido, mediante la contratación de servicios y/o de suministro de equipos (informáticos, de laboratorio y mobiliario), al fortalecimiento de las capacidades institucionales, principalmente, del Ministerio de Economía en la promoción, fomento y facilitación del comercio exterior de Guatemala. En este contexto, las publicaciones que se presentan en este compendio, abordan temáticas muy diversas, las que tienen el valor de proveer análisis comparativos, identificar potencialidades exportadoras; diseñar propuestas de fortalecimiento institucional, entre otros, y cuya lista presentamos a continuación.

Contenido

Introducción

El informe efectuado contiene una recopilación y análisis de las mejores prácticas en materia comercio exterior e inversión extranjera de los países objeto de estudio. Los países objeto de estudio a nivel de Latinoamérica son México, Colombia, Costa Rica y Chile y a nivel de países desarrollados son España, Nueva Zelanda e Irlanda.

En el informe se incluyen los organismos involucrados en los temas de estudio, así como su estructura organizacional, sus principales estrategias, planes, acciones y servicios brindados, el seguimiento y la financiación. Asimismo, se compara a Guatemala desde sus marcos jurídico y fiscal con países modelo de mejores prácticas en comercio exterior e incentivos a la inversión productiva.

Como resultado del análisis comparativo se presentan en este documento las recomendaciones orientadas a las adaptaciones que Guatemala debiera implementar para cubrir las brechas identificadas en el estudio, encontrando los factores que les hacen exitosos traducidos como los mejores modelos en el marco de Guatemala, valorando la gradualidad y las formas prácticas de aplicarlo.

Este documento constituye un trabajo útil que servirá de soporte para la reflexión constante acerca de dónde está el país y hacia dónde se mueve la planificación estratégica en función competitividad desde la perspectiva del comercio exterior y la inversión extranjera.

A. OBJETIVOS

B. METODOLOGÍA - ANÁLISIS DE LAS MEJORES PRÁCTICAS PARA PROMOVER LA INVERSIÓN EXTRANJERA Y EL COMERCIO EXTERIOR EN GUATEMALA

En el presente documento se recogen los resultados de las actividades de análisis de las mejores prácticas a nivel regional e internacional, que consiste en lo siguiente:

1. Análisis de las Mejores Prácticas, que incluye:
    a. Análisis individualizado de los países seleccionados
    b. Análisis comparativo
    c. Conclusiones y Recomendaciones

C. METODOLOGÍA - BENCHMARKING DEL MARCO LEGAL EN MATERIA JURÍDICA Y FISCAL

La metodología aplicada para la realización del benchmarking internacional se articula en los siguientes puntos:

1. Planificación
2. Recopilación de datos e información
3. Análisis de políticas públicas en materia de atracción de inversión extranjera y comercio exterior
4. Análisis de la ejecución de las políticas
5. Adaptar

Las partes básicas tratadas en este proceso son: (1) planificación, (2) recopilación de datos e información, (3) análisis de resultados, (4) recomendaciones y ejecución y (4) monitorización y supervisión.

El proceso de benchmarking trata de responder a dos tipos de preguntas, unas de tipo general, como por ejemplo:

- Qué dimensiones considerar.
- Qué países (objetivo) son adecuados para comparar.
- Y otras más concretas relativas tanto a los países de referencia como al propio país:
- ¿Qué están haciendo los países objeto de estudio?
- ¿Cómo lo están haciendo?
- ¿Qué resultados exitosos se están consiguiendo?
- ¿Qué hacer para aproximarse a las mejores prácticas?

De acuerdo al análisis sobre el índice de facilitación al comercio realizado por el Foro Económico Mundial 2009 estudio realizado en 125 países, Nueva Zelanda está calificada en la posición 6, mientras que Chile está en la posición 19, Costa Rica en 43º, Guatemala en 58º, México en 74º, Colombia en 84º.

Chile es el país de América Latina que otorga las mayores facilidades para el comercio internacional, superando incluso a Estados Unidos, según el Índice de Facilitación del Comercio Global (GETR) del Foro Económico Mundial (WEF, por sus siglas inglés).

El GETR analiza las políticas, instituciones y servicios que facilitan el comercio, concentrándose en cuatro aspectos: acceso a mercados (doméstico y externo); administración de la frontera; infraestructura de transporte y comunicaciones; y entorno empresarial.

La presente consultoría analizó diversos documentos de la Naciones Unidas para el Comercio (UNCTAD, por sus siglas en inglés) Conferencia de las Naciones Unidas sobre Desarrollo y Comercio. En el año 2006 se realiza el documento de análisis de la política de inversión en el cual se encontraron datos relevantes en comercio e inversión.

A continuación (Tabla No.1), se encuentran algunas de las agencias que promueven el Comercio Exterior y la inversión Extranjera en algunos de los países estudiados.

PAIS	AGENCIA	ACTIVIDAD DE PROMOCION	AÑO	CONFORMACION	FINANCIAMIENTO
COSTA RICA	PROCOMER	Comercio e Inversión	1996	Ley No. 7638. / Público	Presupuesto público y servicios
	CINDE	Inversión	1983	Privada, no lucrativa. 1984 se constituyó de interés público. / Privado	Fondos privados mixtos (servicios y donantes)
MEXICO	PROMEXICO	Comercio, Inversión y Turismo	2007	Decreto Presidencial 13-06-2007 / Pública	Presupuesto con fidecomiso y con donaciones
COLOMBIA	PROEXPORT	Comercio, Inversión y Turismo	1991	Decreto No.2505 / Mixto	Fidecomiso. Presupuesto público y servicios
GUATEMALA	PACIT	Inversión y Comercio	1989	Carta de entendimiento CONAPEX	Mixto Público –Privado

Fuente: Estudio sobre las Agencias de Promoción de Inversión en Latinoamérica para el FOGUAMI (2009).

PRESENTACIÓN

La realización del benchmarking que se presenta a lo largo del documento se ha centrado en el análisis de 27 aspectos, listados y agrupados en los siguientes párrafos, para cada uno de los países seleccionados.

Los países seleccionados son:

1. España
2. Colombia
3. Costa Rica
4. Chile
5. Irlanda
6. México
7. Nueva Zelanda

La profundidad del análisis en cada uno de los aspectos difiere de un país a otro en función de la información existente y las características particulares de cada uno de ellos.

Para facilitar la interpretación del análisis se ha procedido a agrupar los aspectos analizados en 6 grandes bloques, que son:

a. **Organismo**
b. **Estructura**
   - Coordinar acciones
   - Buscar coordinación- gobierno-empresa
   - Ejecutar a través de un solo organismo
   - Establecer red de contactos entre organizaciones públicas y empresariales
   - Tipología de las principales instituciones de promoción de inversión extranjera
   - Estructura organizacional de las agencias líder de promoción de inversiones
   - Estructura de las principales agencias de promoción
   - Mejores prácticas en la integración de juntas directivas
   - Estructuras funcionales
   - Estructuras basadas en productos

c. Estrategia

- Diversificación de sectores exportadores y mercados destino.
- Crear una cultura de exportación o internacionalización.
- Desarrollar proveedores nacionales con niveles de competitividad internacional
- Desarrollar nuevos mercados
- Promover inversión extranjera directa
- Desarrollar estándares de competitividad internacional
- Definir sectores específicos con vocación exportadora
- Elevar la calidad de los servicios que se ofrecen a las exportaciones
- Establecer metas cuantitativas
- Centrar la promoción en mercados regionales
- Integrar la estrategia de promoción al programa económico nacional

d. Programas, Acciones y Servicios

- Definir apoyos específicos para pequeñas y medianas empresas
- Mejores prácticas de servicios ofrecidos y a disposición del inversioncita nacional y extranjeros
- Mejores prácticas en la atracción de inversiones para los sectores: Agroindustria, BPO'S y TIC'S, Turismo, Agroforestal, Manufacturas, Infraestructura y Energía.

e. Seguimiento

- Evaluar periódicamente los resultados

f. Financiación

- Cobrar una parte de los servicios de promoción
- Mejores prácticas en el financiamiento de agencias

El análisis de los puntos anteriores se enfocará a su vez en tres aspectos:

- *Las políticas públicas para fomentar las inversiones y el comercio exterior.*
- *La ejecución de las políticas propuestas*
- *La prioridad otorgada a dichas políticas en la estrategia de desarrollo por país, concretamente e papel de los organismos ejecutores y sus características.*

Finalmente, considerando los aspectos anteriores, se realizará un análisis comparativo de los elementos que conformar las mejores prácticas por país y se procederá a realizar el apartado de propuestas para el caso concreto de Guatemala

1. CASO DE ESPAÑA

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

El Ministerio de Industria Turismo y Comercio es el departamento de la Administración General del Estado encargado de la propuesta y ejecución de la política del Gobierno de España en materia de desarrollo e innovación industrial, política comercial, de la pequeña y mediana empresa, energética y minera, de turismo, de telecomunicaciones, medios audiovisuales y de desarrollo de la sociedad de la información.

Asimismo, corresponde al Ministro de Industria, Turismo y Comercio la propuesta al Gobierno de la posición española en el ámbito internacional en las materias propias el departamento.

Las funciones correspondientes a la Promoción de Exportaciones y Captación de Inversión son ejecutadas por:

- Instituto Español de Comercio Exterior

Adicionalmente existen organismos regionales que realizan también tareas de Promoción de Exportaciones y Captación de Inversiones.

INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR

a. Organismo

Página web: www.icex.es

ICEX INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR

El Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) presta sus servicios a las empresas españolas con la finalidad de impulsar y facilitar su proyección internacional. Dispone para ello de sus propios recursos financieros, materiales y humanos.

Asimismo el Instituto despliega su actividad en las siguientes áreas de actuación:

- Diseña y ejecuta programas de promoción comercial en mercados exteriores.
- Elabora y difunde información sobre la oferta de productos españoles, y sobre mercados internacionales.
- Promueve la capacitación técnica de los cuadros de la empresa, y la formación de profesionales en

comercio exterior.

- Impulsa los proyectos de inversión, implantación industrial o de cooperación empresarial en mercados exteriores.

Para lograr con eficacia sus objetivos, el ICEX desarrolla su actividad en el exterior a través de la red de Oficinas Económicas y Comerciales de la Embajadas de España y, en España, a través de las Direcciones Regionales y Territoriales de Comercio.

El conjunto de los servicios que proporciona el ICEX son los siguientes:

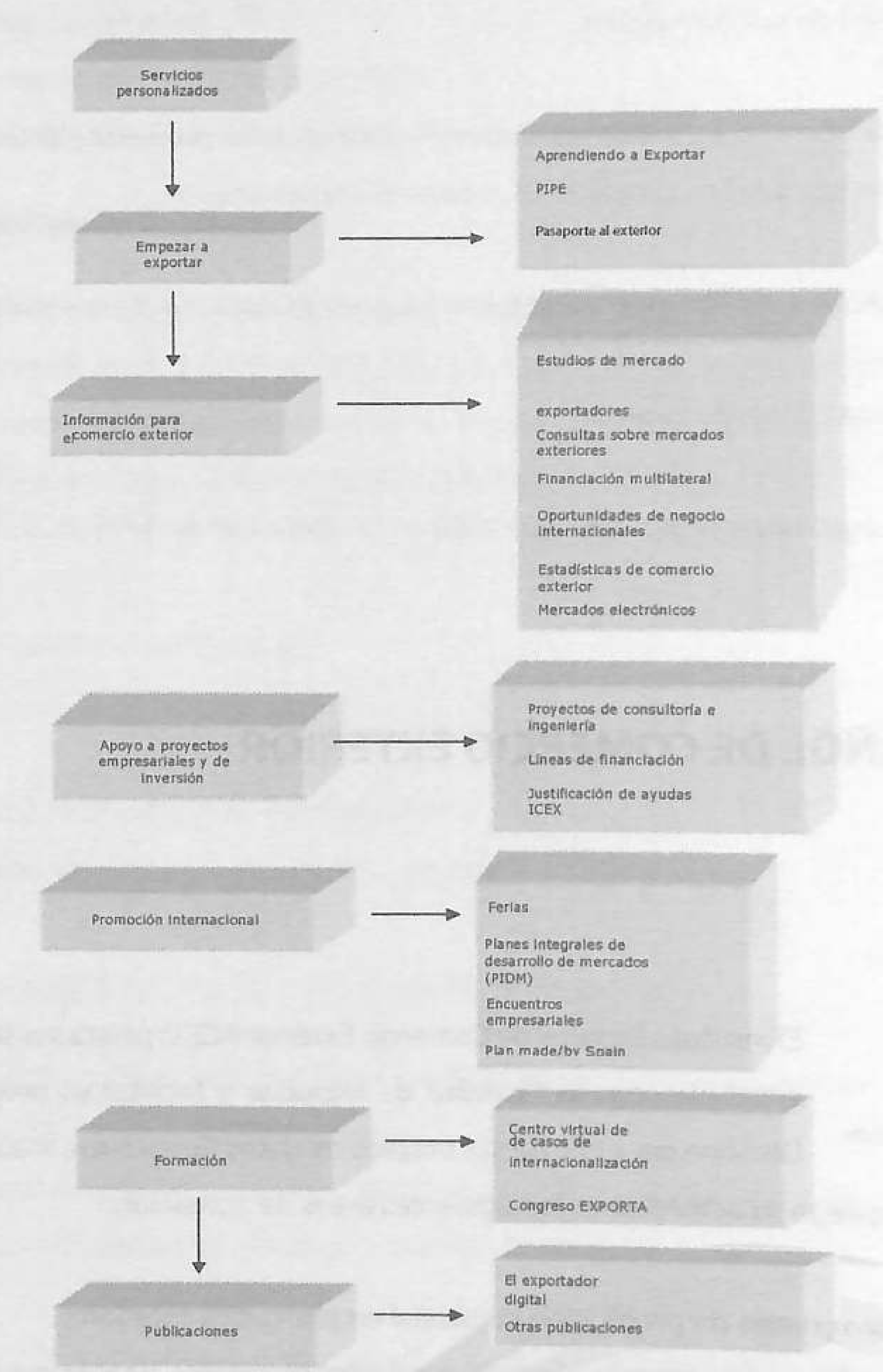


Ilustración 1 - Fuente: Elaboración propia con datos de la página web del ICEX (www.icex.es).

- ***Servicios personalizados***

Incluyen los servicios descritos anteriormente adecuados a casos concretos y particulares de proyectos empresariales tanto en España como en el exterior. El coste de los servicios personalizados es el siguiente:

"El precio de los servicios personalizados se basará en los días de trabajo que hayan sido necesarios para llevarlo a cabo y en los costes externos en que se haya podido incurrir y que no hayan sido pagados directamente por el cliente de acuerdo con el presupuesto aceptado por éste".

Los países en los que se prestan servicios personalizados se han agrupado en tres zonas, a cada una de las cuales se le aplica una tarifa por día de trabajo:

Zona 1. Países OCDE	300€	Australia, Austria, Bélgica, Canadá, República Checa, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hungría, Islandia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Holanda, Nueva Zelanda, Noruega, Polonia, Portugal, Eslovaquia, Suecia, Suiza, Reino Unido
Zona 2. Países no OCDE	250€	Excluidos PIDM
Zona 3 Países PIDM	200€	Estados Unidos, Méjico, Brasil, Marruecos, Argelia, Rusia, Turquía, China, India, Japón, Corea del Sur, Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudí, Bahréin, Kuwait, Omán y Qatar

Tabla 1 - Fuente: Ibíd.

OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

PIDM: Planes Integrales de Desarrollo de Mercados.

Sobre estos precios pueden existir descuentos, de los que la oficina comercial informa en cada caso y momento concreto.

En el supuesto de cancelación de alguno de los servicios previstos, el cliente abonará al ICEX los gastos en los que éste hubiera incurrido hasta la fecha de la comunicación formal de tal circunstancia, previa justificación documental por parte del ICEX de esos gastos.

Cada servicio personalizado de importe superior a 900 euros sin IVA, se instrumenta a través de un contrato firmado

entre la empresa demandante del servicio y la Oficina Comercial en cuestión. Para servicios personalizados de importe igual o inferior a 900 euros sin IVA, bastará con que la empresa firme una solicitud de servicio que le hará llegar la Oficina Comercial.

- **Aprendiendo a Exportar**

Aprendiendo a exportar es un proyecto liderado por el Instituto Español de Comercio Exterior, con la ayuda de expertos de empresas como Garrigues y Asociados, Barrabés Internet, Banesto y Positioning Systems, cuyo objetivo es ayudar a pymes en su iniciación en la exportación. A través del asesoramiento de especialistas y el apoyo económico del ICEX se refuerzan aquellas áreas de competitividad de la empresa que necesitan más apoyo.

Va dirigido a Pymes españolas sin experiencia o con poca experiencia en exportación que deseen dar los primeros pasos en el exterior.

El proyecto consta de una jornada de difusión, que se celebra en distintas ciudades españolas, y un programa de ayudas individual a la empresa de un año de duración.

El Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) y el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, con la colaboración de las Comunidades Autónomas y las Cámaras de Comercio, organizan y dirigen el **PIPE: Plan de Iniciación a la Promoción Exterior.**

PIPE
Plan Iniciación
Promoción Exterior

Página web: www.portalpipe.com

El PIPE se inició en 1997 y es un programa de ayuda a las empresas Pyme españolas para su iniciación práctica en la exportación. Su financiamiento y desarrollo dependen del ICEX, del Consejo Superior de Cámaras y de los fondos FEDER de la Unión Europea, que también aportan recursos humanos para facilitar el inicio en la promoción y comercialización exterior de las Pyme españolas.

El perfil de las empresas que pueden participar en el PIPE es:

- Tengan la consideración de pequeña y mediana empresa (PYME), según los criterios establecidos

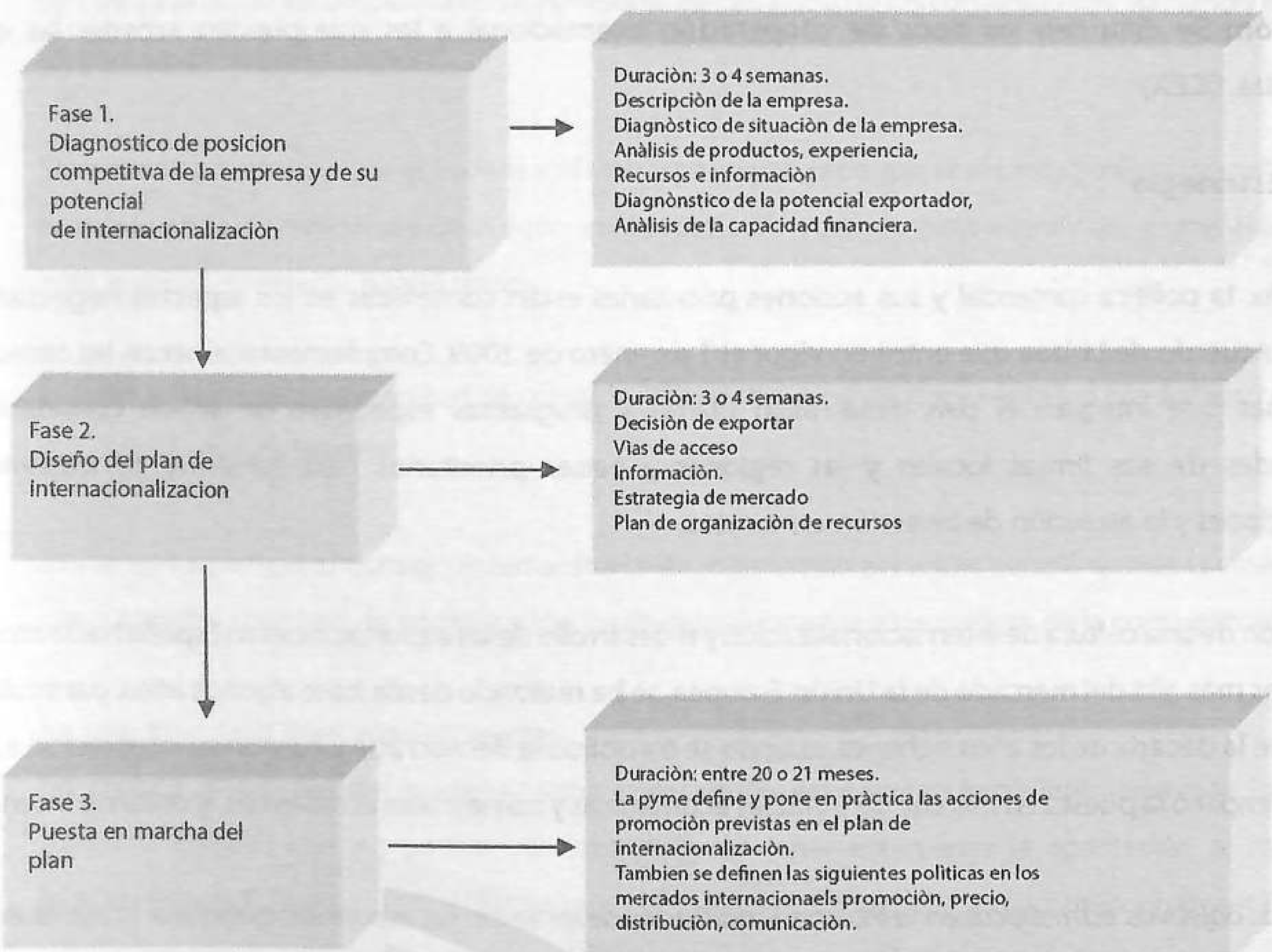
por la Unión Europea.

- Tengan un producto o servicio propio.
- Cuenten con una clara voluntad de internacionalización.

El PIPE financia el 50% de los gastos derivados de las actividades de promoción exterior realizadas por cada empresa (estudios de mercado, material de difusión y promoción, publicidad, participación en ferias, viajes de prospección y comerciales, registro de patentes y marcas, etc.).

De la misma manera aporta el 50% del asesoramiento que pueda necesitar la empresa de un promotor PIPE hasta un máximo de 40 horas (este asesoramiento es opcional, por lo que en caso de no utilizarlo, esos fondos se pueden destinar a actividades de promoción). El presupuesto máximo destinado a estos servicios es de 20.000 euros para los dos años de duración del Programa, y si se aplica la financiación establecida del 50%, significa que la empresa cuenta con un apoyo económico de 10.000 euros.

El PIPE se integra por tres fases de acción con una duración de 24 meses.



b. Estructura

Uno de los objetivos de la política de fomento de inversiones es la adecuada coordinación entre las cámaras empresariales, las empresas exportadoras y el gobierno.

Para la ejecución de los diferentes planes en apoyo al fomento de las inversiones y del comercio exterior se realizan fundamentalmente las siguientes acciones:

Se proporciona información genérica (sobre la base exportadora, sobre la oferta exportable, información y estudios de mercados, gestión del conocimiento, difusión a través de internet y difusión de publicaciones sobre las fortalezas y debilidades del mercado español respecto a las posibilidades de internacionalización.

La información también contempla estadísticas e indicadores económicos de los mercados destino, así como los programas de financiamiento a través de instituciones de la Unión Europea, instituciones del gobierno de España y cámaras empresariales.

Formación: Se difunden los tipos de cooperación internacional a los que pueden acceder las empresas interesadas. (ICEX)

c. Estrategia

En España, la política comercial y sus acciones prioritarias están contenidas en los aspectos negociados en el reciente Acuerdo de Lisboa que entró en vigor el 1 de enero de 2009. Complementariamente, las comunidades autónomas que integran el país desarrollan planes y programas específicos de acción considerando las necesidades de sus firmas locales y las regiones y países prioritarios para fomentar principalmente las exportaciones y la atracción de inversión extranjera.

La creación de una cultura de internacionalización y el desarrollo de las exportaciones en España hacia otros países y regiones más allá del mercado de la Unión Europea, se ha realizado desde hace algunos años, particularmente a partir de la década de los años ochenta, cuando se consolidó la democracia y cuando su integración a la Unión Europea implicó la puesta en marcha de políticas económicas y comerciales acordes con el entorno internacional.

"Uno de los objetivos estratégicos en la internacionalización de las empresas españolas, es mejorar la oferta exportable y el crecimiento de su participación gradual en el mercado de regiones prioritarias a nivel mundial."
(Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo)

El **Plan Made in Spain, Made by Spain**, que ha propuesto el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, conforma las políticas de internacionalización que constituyen la estrategia de España en la promoción de sus inversiones, del fortalecimiento de su imagen país y de una mayor participación de sus exportaciones.

Al respecto, el actual Ministro de Industria y Comercio, Miguel Sebastián ha resumido los principales objetivos del proyecto:

1. Desarrollo de una campaña de imagen país en los inversores que se quieren atraer:
   "El proyecto se pondrá en marcha con una campaña en Estados Unidos mediante la realización de actos de promoción y de imagen. Actuarán conjuntamente el **Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)** y la sociedad INTERES (Invest in Spain), de promoción de inversiones extranjeras en España, con la Asociación de Marcas Renombradas y la Fundación Consejo España-EEUU".

2. Desarrollar y aprovechar la red empresarial española:
   "La **internacionalización** de nuestra economía parte de la premisa de sacarle partido a la mayor cercanía y al conocimiento de la red empresarial de cada una de las comunidades, sumando esfuerzos en aras de un objetivo común".

3. Sebastián ha resaltado que es la demanda externa la que debe ganar el protagonismo y contribuir en mayor medida al crecimiento de la economía española en un contexto económico como el actual. En este sentido, el ministro ha señalado:

   "Es y será nuestra capacidad de creación, desarrollo, innovación y venta los productos y servicios con el sello de España".

   Por lo que se refiere al Consejo Interterritorial de Internacionalización, señaló que es un mecanismo clave para los objetivos de optimización institucional exterior y de mejora de la competitividad.

4. La selección de la Inversión Extranjera:
   En cuanto al proceso de modernización y desarrollo económico experimentado por España, el ministro aseguró que no podría ser entendido sin tener en cuenta la aportación al mismo de la inversión extranjera directa, por lo que continúa siendo un objetivo común el atraer inversión extranjera que aporte valor y contribuya al crecimiento económico español.

Finalmente, el ministro destacó las propuestas en las que se ha trabajado para potenciar los "nuevos factores de competitividad internacional que contribuyan a diferenciar la oferta, la calidad, diseño o marca de los productos y servicios españoles y no únicamente por su precio:

- Favorecer la colaboración con todas las instituciones y rentabilizar al máximo los recursos dedicados a la promoción y atracción de inversiones.
- Evitar duplicidades y ampliar las propuestas de apoyo a la internacionalización.
- Identificar nuevos ámbitos de colaboración.
- Crear una red de efecto multiplicador para posicionar España como país competitivo, tecnológicamente avanzado y atractivo para la inversión extranjera.
- Trabajar conjuntamente para prestar servicios de valor añadido a los inversores extranjeros ya establecidos con el fin de retener la inversión y fomentar la reinversión.
- Detectar todos los obstáculos y trabas que supongan un deterioro de la capacidad de atracción de inversiones.
- Elaborar recomendaciones que permitan mejorar el clima de inversión en España."

El ministro se refirió a que es la demanda externa la que debe ganar el protagonismo y contribuir en mayor medida al crecimiento de la economía española.[2]

Por otro lado, la internacionalización de las empresas y concretamente el fomento al comercio exterior se ha caracterizado por la búsqueda de nuevos mercados, pero al mismo tiempo por el desarrollo de nuevos productos y servicios no tradicionales en las exportaciones, como ha sido el caso de los productos de la industria metal mecánica, farmacéutica y cosmética. Por lo tanto, un objetivo expreso de la política ha sido realizar exportaciones competitivas más allá de las tradicionales exportaciones de automoción.

En cuanto a la búsqueda de nuevos mercados, aunque el resto de los países comunitarios continúa siendo el principal destino de sus exportaciones, para algunas empresas españolas, a partir de la década de los noventa del pasado siglo XX, la región de América Latina se convirtió en su principal destino, en parte por los nexos culturales e históricos, pero sobre todo por la existencia de acuerdos comerciales vigentes que han facilitado una mayor participación de las relaciones comerciales, de inversión y de cooperación, a nivel bilateral como ha sido el caso de los acuerdos con México y Chile, y a nivel regional, aunque aún no se han concretado acuerdos

[2] Fuente: Comercio Exterior en América y España, Noticias e información sobre internacionalización en Iberoamérica, Plan Made in Spain, Made by Spain. http://www.exportapymes.com

denominados de cuarta generación con el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) y la región de Centroamérica, en los resultados se ha mantenido un mayor acercamiento en el ámbito de inversión y comercio exterior.

Las estrategias de atracción de la inversión extranjera directa de salida se concentran en los siguientes países: México, Argentina, Brasil, Chile y Panamá, Marruecos y Turquía.

Las estrategias de atracción de inversión extranjera directa de entrada, se concentran en los siguientes países: Francia, Alemania, Reino Unido, Estados Unidos y China. [3]

La definición de una estrategia geográfica de los mercados constituye un punto clave que caracteriza esta práctica.

Dicha estrategia se define de acuerdo con las exportaciones que se han consolidado y aquellas que constituyen nuevas oportunidades en mercados emergentes.

De esta forma, la clasificación de dichos mercados puede resumirse en:

- Mercados potenciales o emergentes,
- Mercados latinoamericanos y Mercados estratégicos.

Por lo anterior, en esta concepción, países como China, India, Brasil, Rusia y los del Sudeste Asiático, se convierten en mercados potenciales emergentes, donde se pretenden realizar los estudios pertinentes, puesto que se reconoce que no se han aprovechado las oportunidades que pudiesen brindar.

En orden de importancia, las políticas públicas de fomento a las inversiones y al comercio exterior consideran en orden de importancia en la región de América Latina a México, Argentina y Chile.

Respecto a los mercados estratégicos, los países de Europa oriental constituyen un mercado importante, sobre todo los recientemente integrados en la UE en sus ampliaciones de 2004 y 2007, como es el caso de Rumanía y la República Checa. Adicionalmente, algunos países que no pertenecen a la Unión Europea, pero que han mantenido relaciones comerciales y de inversión relevantes han sido Marruecos y Turquía, por lo que también se integran como prioritarios en las políticas comerciales y de inversión. [4]

---

[3] Resumen de la política de atracción de inversiones, proyecto INTERES.
[4] ICEX, estrategia de internacionalización de las empresas españolas en América Latina.

La expansión de la cultura empresarial en el caso de España, se ha enfocado en los sectores emergentes fundamentalmente los que conforman el sector de comercio y de servicios.

Entre los más importantes se encuentran los siguientes:

- El sector de nuevas tecnologías de información y comunicación,
- El sector aeronáutico,
- El sector de ingeniería,
- Las actividades de consultoría y
- Los proyectos relacionados con las energías renovables. [5]

Además de lo anterior, otros aspectos que permiten seleccionar la promoción de ciertos sectores en el fomento de la inversión extranjera, son aquellos que han sido incluidos en los acuerdos comerciales vigentes o en proceso de negociación, con la finalidad de facilitar su inclusión en los países receptores donde se tienen dichos acuerdos.

La promoción de la inversión extranjera se sustenta en los objetivos de la política comercial de la Unión Europea y en los objetivos nacionales en el caso de España, se consideran planes y programas específicos en la materia, creados en cada comunidad autónoma con la finalidad de facilitar el proceso de internacionalización.

Asimismo, la promoción de las inversiones sigue un conjunto de estrategias sobre dónde invertir y sobre la captación de inversión extranjera.

Particularmente, la inversión extranjera directa de entrada tiene la finalidad de atraer inversiones en los sectores de investigación y desarrollo, alta tecnología, o aquellos que presenten un mayor valor añadido. La inversión extranjera de salida se concentra en aquellos sectores económicos tradicionales de sus mercados destino y en los sectores considerados "emergentes" donde se incluyen aquellos que por competitividad y respuesta a la demanda, presentan un gran potencial de adaptación al mercado internacional.

Constituye una de las iniciativas recientes más importantes de la Administración española en el campo de las políticas de internacionalización, la creación de la sociedad estatal INTERES Invest in Spain, cuyo sitio web es: www.investinspain.org, el objetivo de este proyecto es la captación de inversiones extranjeras, de esta forma, España pretende alinearse a las iniciativas de otros países de su entorno, que tienen desde hace años organizaciones de este tipo.

---

[5] INTERES.

Para dirigir el proyecto INTERES en su etapa de lanzamiento fue nombrada Begoña Cristeto, Técnico Comercial y Economista del Estado, que comenta en entrevista con Iberglobal diversas cuestiones relativas al papel de la sociedad española, así como las dificultades que se deben afrontar para tener éxito en la atracción de inversiones exteriores:

1. **"¿Qué es INTERES y cuáles son sus objetivos?**

   La Sociedad Estatal para la Promoción y Atracción de las Inversiones Exteriores, S.A., cuyo nombre comercial es INTERES Invest in Spain, es la única sociedad pública de ámbito nacional encargada de la atracción, promoción y mantenimiento de la inversión extranjera en España, a través de un servicio integral, eficiente, gratuito y personalizado a la medida de las necesidades de las empresas en las distintas fases de inversión.

2. **¿Cómo actúa INTERES? ¿Qué tipo de actividades lleva y planea llevar a cabo?**

   INTERES Invest in Spain se creó en 2005, como organismo adscrito a la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Su misión es, por un lado, la promoción, atracción y reinversión de la inversión extranjera en España y, por otro, constituirse en el punto de encuentro de todas las instituciones que se dedican a la promoción y atracción de inversiones en cualquier ámbito territorial (nacional, autonómico o local).

   INTERES promueve las oportunidades de negocio para inversores extranjeros, especialmente en sectores de oportunidad estratégicos como la biotecnología, las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs), el medio ambiente y las energías renovables, todos ellos sectores prioritarios por su potencial crecimiento en nuestro país y por su complementariedad con el tejido empresarial español.

   INTERES es una entidad pública con gestión privada, que cuenta con una red exterior de apoyo integrada por 96 Oficinas Económicas y Comerciales en las Embajadas de España, de las cuales tres (Londres, Nueva York y Tokio) cuentan con Departamento de Inversiones.

3. **En su opinión, ¿cómo es en general la imagen que España ofrece en los mercados internacionales como destino para inversiones? ¿Se observa una tendencia apreciable a la mejora?**

   España ofrece a los inversores extranjeros varios puntos fuertes que contribuyen a que nuestra imagen en el exterior sea atractiva y diferente:

Nuestra situación geoestratégica nos convierte en la plataforma de negocios internacional perfecta, dado que desde nuestro país podemos llegar a un mercado de más de 1.200 millones de consumidores. Somos el puente de Europa hacia Latinoamérica y hacia países del norte de África y viceversa.

La estabilidad y el dinamismo de nuestra economía, es otro de nuestros puntos fuertes. También hay que destacar nuestra red de transportes, ya que ocupamos la cuarta posición en transporte marítimo de carga y somos el tercer país de la UE en red de autopistas, con 9.910 Km. Por lo que respecta a nuestra red de ferrocarriles, España será en 2010 el primer país del mundo en alta velocidad, con 2.230 Km.

Por otro lado, la red de telecomunicaciones española es totalmente digital, con más de 1.400.000 Km. de redes de transmisión y una penetración de la telefonía móvil del 105%, por encima de la UE-25 (83%) y de la UE-15 (86%).

El mercado laboral español se caracteriza por su escasa conflictividad existente y por la posibilidad de pactar convenios colectivos. Por otra parte, se ha puesto en marcha una reforma fiscal, que entró en vigor el 1 de enero de 2007, y que ha supuesto la simplificación de los impuestos y la rebaja de cinco puntos del tipo del Impuesto sobre Sociedades. Además, España está realizando constantes inversiones para promover la utilización de Internet para los trámites fiscales.

España se caracteriza también por su calidad de vida, el carácter abierto de su gente y las amplias posibilidades existentes en educación y cultura, ocio y el deporte. Nuestro país cuenta con una amplia oferta de hospitales públicos y privados y un excelente mercado de vivienda, unido a un nivel de seguridad ciudadana por encima de la media de la UE.

4. ¿Qué diferencias más significativas habría en esa imagen entre diferentes zonas/países y también entre sectores?

Como demuestra la posición de España en los rankings internacionales, nuestro país se sitúa en el "top ten" del ranking mundial de flujos y stock de IED recibida, ocupando el noveno lugar en flujos y el octavo en stock (187.459 millones de euros) en el ranking de la UNCTAD. En el marco la UE, nos situamos en 6º lugar en recepción de inversión extranjera.

En referencia a los sectores, España es líder en Europa en infraestructuras y sigue ofreciendo oportunidades de inversión a las empresas extranjeras con interés en desempeñar un papel en la

transformación continua del país. Con un crecimiento del 350% en los últimos cuatro años, el sector de la biotecnología en España disfruta en la actualidad de los más modernos centros de investigación. La I+D en biotecnología en España creció en un 7.6% en el período de 1998-2003 (por encima del 4% de la media europea).

Los continuos esfuerzos en I+D+i han convertido a España en una potencia mundial en energías renovables, colocándose en primer lugar como destino recomendado para la inversión, siendo líder en energía eólica y energía solar. También destaca la posición de España como líder mundial en tratamiento de aguas y desalinización con tecnologías de osmosis inversa.

Otros de los sectores en los que nuestro país es muy competitivo, y así lo demuestran las grandes inversiones realizadas por las empresas multinacionales es el sector de las tecnologías de la información y la comunicación.

5. **Las comunidades autónomas son muy activas en la labor de captación de inversiones. En ciertos medios empresariales se señala que las campañas de promoción de estos organismos pueden crear confusión en cuanto a la imagen de España, teniendo en cuenta que ésta se halla todavía muy difuminada en numerosos mercados. ¿Cree Ud. que esta crítica tiene fundamento?**
La variedad que ofrecen las CC.AA en España es un punto a favor para el país. En este sentido, INTERES Invest in Spain se está convirtiendo en el punto de encuentro de todas las instituciones que en el ámbito autonómico y local se dedican a la promoción y atracción de inversiones.

Unimos esfuerzos para la consecución del objetivo común, actuando a partir de una posición de neutralidad y transparencia, como multiplicador de la capacidad de atracción de la inversión extranjera hacia las diferentes CC.AA. y municipios integrados en el territorio nacional.

6. **¿Cómo coordina INTERES su actividad con los organismos autonómicos de promoción?**
En España, trabajamos muy de cerca con todas las Comunidades Autónomas. Por ello, estamos centrando nuestros esfuerzos en la creación de mecanismos de comunicación fluida, rápida y eficaz entre las CC.AA., el diseño y oferta de una cartera de productos y servicios a las distintas CC.AA. que complementen su oferta de valor, y el desarrollo de un programa de convenios con todas ellas.

En la actualidad estamos desarrollando un programa de convenios con las Comunidades Autónomas. En este primer año, se han firmado convenios con Canarias, Galicia y Castilla-La Mancha, y el próximo 11 de abril firmaremos con Andalucía.

7. **En algunos medios empresariales se señala que las políticas de internacionalización que se están aplicando en España son fundamentalmente políticas de demanda (como los planes país, las acciones de promoción, etc.) pero que la clave para la internacionalización de la empresa serían políticas de oferta, que mejoraran la competitividad de la empresa y que, sin embargo, estarían recibiendo una atención insuficiente. ¿Cuál es su opinión sobre este tema?**

   Uno de los objetivos de INTERES Invest in Spain es proponer al Gobierno los cambios necesarios para optimizar el clima de negocios en España actuando sobre el conjunto de factores que facilitan o promueven la IED en España y que pueden ser influenciados por la Administración Central.

   Actualmente estamos realizando foros de discusión y análisis en los que participan empresas extranjeras ya establecidas en nuestro país, empresas españolas con gran presencia en el exterior y expertos con el fin de analizar y determinar conjuntamente dichas medidas

8. **Frente al riesgo de deslocalizaciones, ¿cuáles serían los principales enemigos de España? ¿Europa del Este, Asia?**

   La deslocalización es un fenómeno asociado a la globalización. España está evolucionando hacia un modelo de sociedad del conocimiento donde la inversión en tecnología y en formación es clave para seguir avanzando.

   Por eso hemos puesto en marcha el Plan de Desarrollo y Reinversión, que se desarrollará durante el período 2007-2009.

   Este Plan contempla la prestación de servicios de valor añadido a las empresas extranjeras presentes en España y dirigidos a optimizar los resultados derivados de su inversión y a favorecer las oportunidades de ampliación o diversificación de la inversión ya localizada.

   Además, no hay que olvidar que España continúa situándose en el "top ten" del ranking mundial de flujos y stock de IED recibida.

9. **¿Cuáles son los países y los sectores a los que INTERES va a prestar una mayor prioridad en su actuación?**

   Los países en los que vamos a centrar la actividad de INTERES este año son Francia, Alemania, Reino Unido, Estados Unidos y China (en este último caso, por ser 2007 el año de España en China).

En cuanto a los sectores, en INTERES estamos centrando nuestras actividades en biotecnología, energías renovables, healthcare, TICs y medio ambiente, entre otros.[6]

d. Programas, Acciones y Servicios

El desarrollo de estándares de competitividad internacional en España, tiene como objetivo la promoción de programas bilaterales y europeos, programas de transferencia de tecnología internacional, así como la participación en ferias y congresos de tecnología.

Asimismo, se contempla el establecimiento de redes de investigación y desarrollo a nivel internacional y en Europa, que colaboren con Centros de Investigación internacionales de alto nivel, mediante el fomento de programas de apoyo personalizado a la colaboración internacional. [7]

Algunas comunidades autónomas han expresado por escrito en sus diferentes planes de políticas de desarrollo económico objetivos relacionados con el desarrollo de estándares de competitividad internacional y de qué forma darles seguimiento.

Un ejemplo de lo anterior es Plan de la Generalitat de Catalunya 2010-2013:

"Con la finalidad de mejorar la imagen de nuestras exportaciones se creará un Observatorio de prospectiva industrial para conocer la problemática de los sectores y de las empresas y, a la vez, disponer de la información, dentro del ámbito del Observatorio, de una herramienta de interlocución de los agentes sociales con la Administración. ..Este Observatorio tendrá por finalidad conocer la problemática de los diferentes sectores y empresas catalanas, prever la evolución y sugerir el diseño de futuras líneas de actuación." [8]

Además de los proyectos al comercio exterior que ofrecen las cámaras empresariales, se pretende que el conjunto de pequeñas y medianas empresas con proyectos internacionales emprendedores puedan participar en programas de cooperación empresarial a nivel internacional, con la finalidad de facilitar la internacionalización a las regiones y países prioritarios. Ejemplo de estos programas son: AL Invest y Asia Invest, para el caso de las regiones de América Latina y Asia.

---

[6] Fuente: Entrevista realizada por Iberglobal a Begoña Cristeto, Directora del Proyecto Invest in Spain. http://www.iberglobal.com/

[7] Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, objetivos del Plan Made in Spain, Plan by Spain.

[8] Extracto del Plan de la Generalitat de Catalunya 2010-2013..

Otros proyectos específicos están a cargo de agencias especializadas que generalmente están adscritas a los Ayuntamientos, a las Juntas de Gobierno o a la Generalitat de una comunidad específica en el país, su finalidad es desarrollar proyectos emprendedores de pequeñas empresas con o sin experiencia en los mercados del exterior, que contribuyan y propicien a su vez, el desarrollo económico y social de su localidad.

El **Plan de Iniciación y Promoción Exterior (PIPE)** es un ejemplo de la puesta en marcha de esta política en el nivel nacional. Otros programas que fomentan la internacionalización y promoción y atracción de inversiones para las Pymes españolas son: MadridEmprende y Promomadrid.

Representan otros ejemplos de internacionalización a nivel local: La Red exterior Proexca y Aragón Exterior, en la comunidad de Canarias y Aragón respectivamente.

Es importante destacar que los proyectos locales que desarrolla cada comunidad se integran a la política de internacionalización propuesta por el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) y gran parte de sus apoyos económicos que reciben las Pymes provienen de fondos de la Unión Europea. (www.pipe.es)

e. Seguimiento

Las políticas públicas en España, proponen la interlocución de los representantes de la administración pública y los agentes empresariales, para conocer y prever las problemáticas entre los principales sectores, con la finalidad de proponer y sugerir el diseño de nuevas líneas de acción.

Según el Icex, todavía existe un gran potencial de crecimiento de las empresas españolas en el sector exterior y muestra de ello es la excesiva concentración geográfica de las exportaciones españolas, de las que casi tres cuartas partes tuvieron como destino países europeos en 2008. Además, de los más de 3,8 millones de empresas existentes en España, sólo 40.000 exportan de manera regular, mientras que el total de exportaciones, cerca del 25% las realizan 25 empresas.

Por ello el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio está decidido a impulsar la actividad comercial exterior mediante políticas que contribuyan a ampliar y diversificar la actividad exportadora.

Asimismo, existe la necesidad de establecer red de contactos entre organizaciones públicas y empresariales.

Entre las principales redes de contacto para el fomento de las importaciones y exportaciones están: El servicio C@bi (Cámaras búsqueda de información), el Programa C@se (Cámaras consultas en comercio exterior), el

Programa C@doex (Documentación cameral) y las guías on line que ponen a disposición de los exportadores información sobre estudios de mercado, preparación de viajes comerciales, ferias internacionales, investigación de mercados, guía de agentes comerciales etc.

- **El servicio C@bi (Cámaras búsqueda de información)**

  Este servicio es prestado por el personal de las cámaras, mismo que cuenta con la formación adecuada en la materia, se cuenta con una guía de 1.000 páginas web especializadas en comercio exterior y se aplica una metodología que facilita la búsqueda.

- **Programa C@se (Cámaras consultas en comercio exterior)**

  Mediante este servicio las cámaras de comercio e industria ofrecen respuestas a las consultas más frecuentes en la operativa y del comercio exterior: Algunos de ellos son transporte y logística, circuitos administrativos y documentación, Política aduanera y fiscalidad internacional, Medios de pago, Contratación Internacional, Cobertura de riesgo comercial, Apoyo a la exportación, Post Venta, etc.

- **Programa C@doex (Documentación cameral)**

  Es un servicio on line que proporciona a las empresas documentación y estudios sobre comercio exterior que elaboran las cámaras a nivel nacional. A través de este servicio el empresario interesado puede conocer las publicaciones de comercio exterior, estudios de mercado, informes país, informes sectoriales, boletines de comercio exterior, directorios empresariales etc.

También existen las **guías on line** que ponen a disposición de los exportadores información sobre estudios de mercado, preparación de viajes comerciales, ferias internacionales, investigación de mercados, guía de agentes comerciales etc. (INTERES)

La información de contacto se difunde a través de las cámaras empresariales, del Instituto de Comercio Exterior de España y del Ministerio de Industria y Comercio.

En el **caso de la Comunidad de Castilla y León** se trabaja con una base de datos compuesta por 4.000 empresas, que se actualiza permanentemente incorporando información actual y sobre nuevas empresas y sectores con potencial exportador para acudir a los mercados internacionales. Adicionalmente, las Cámaras de Comercio e industria de Castilla y León ponen a disposición del empresario regional la Ventanilla Única Internacional, para prestar servicios de información, documentación e iniciación a la exportación.

La información sobre clientes potenciales en los mercados internacionales se ofrece periódicamente en la página de ICEX www.icex.es y en www.spainbusiness.com. Estas direcciones electrónicas presentan información sobre la oferta exportable española y las oportunidades de negocio en otros países.

f. Financiación

Particularmente, la Comunidad de Madrid a partir de 2005, creó la Agencia de Desarrollo Económico Madrid Emprende, adscrita al Área de Economía y Participación Ciudadana del Ayuntamiento de Madrid.

Esta agencia pretende situar a Madrid en el selecto grupo de ciudades líderes globales como es el caso de Londres, París, Nueva York o Tokio.

Los principales objetivos de la agencia han sido impulsar y promover el desarrollo económico de la ciudad y de su tejido económico, a través de actuaciones concretas en tres direcciones: competitividad de las pymes, mejora de las infraestructuras empresariales y atracción de la inversión exterior. En estos programas la prioridad se centra en lograr el equilibrio territorial llevando a cabo programas en los distritos menos favorecidos y promoviendo un cambio en el modelo de desarrollo económico que potencie las actividades económicas y empresariales más intensivas en conocimiento e innovación y por tanto más competitivas, en colaboración con los agentes socio-económicos de la ciudad.

g. Instituciones por Comunidades Autónomas

i. Andalucía

Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA

Torneo 26 41002 Sevilla

T: +34 955 030 831 / 775

F: +34 955 030 798

www.agenciaidea.es

inversiones@agenciaidea.es

- **Funciones:** Pone a disposición de las empresas andaluzas un conjunto de servicios orientados a fomentar el espíritu empresarial, la innovación, la cooperación en el sistema ciencia-tecnología-empresa y la competitividad de la estructura productiva local.

Los servicios que ofrece IDEA son:

- Vigilancia tecnológica
- Intermediación entre agentes tecnológicos y asesoramiento desarrollo y financiación I+D+I
- Incubadora de empresas
- Información sobre espacios productivos (SESPA)
- Central de Balances de Andalucía
- Autodiagnóstico empresarial
- Directorio de servicios avanzados (Seravan)
- Traducción simultánea telefónica (Asitel)
- Programa "Empresa 24hrs"

Respecto a los incentivos, La Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA, gestiona la Orden para el Fomento de la Innovación y el Desarrollo Empresarial, cuyo plazo expira el 30 de diciembre de 2013. Este programa de incentivos está financiado por la Subvención Global Innovación-Tecnología-Empresa de Andalucía 2007-2013, cofinanciada por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional e incorporada en el Programa Operativo FEDER Andalucía 2007-2013. IDEA se encarga de su coordinación como gestor único y de promover las solicitudes y agilizar los plazos mediante la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa.

Sectores Estratégicos:

- Aeronáutico
- Agroindustrial
- Metalmecánico
- TIC's

El Centro de Servicios Europeos a Empresas Andaluzas (CESEAND)

Dirección de contacto: info@ceseand.net

Página Web: www.ceseand.net

El CESEAND, está conformado mediante un consorcio coordinado por la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía (IDEA), en el que participan el Centro de Innovación y Transferencia de Tecnología (CITANDALUCÍA), el Instituto Andaluz de Tecnología (IAT), la Confederación de Empresarios de Andalucía, (CEA) y el Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio.

CESEAND es el nodo andaluz de la nueva Red Europea de Centros de apoyo a la internacionalización innovación y transferencia de tecnología en pymes (Enterprise Europe Network) que surge de la unificación de las antiguas redes europeas "Innovation Relay Centres" (IRC) y "Euro Info Centres" (EIC).

CESEAND tiene como propósito ayudar a las empresas andaluzas a ser más competitivas en el mercado europeo, ofertando para ello una amplia gama de servicios:

- Información sobre todos los aspectos y cuestiones estratégicas de la Unión Europea: ofertas, mercado interno, iniciativas, internacionalización, etc.
- Información acerca de las posibilidades de cooperación entre empresas.
- Proporcionar servicios de transferencia de tecnología como "valor añadido".
- Conocimiento basado en las Necesidades Regionales de Tecnología.

Al mismo tiempo CESEAND tiene como objetivos estratégicos la promoción, difusión y concienciación entre las Pymes de los múltiples beneficios que pueden obtener de la Unión Europea, fomentando para ello:

- La participación en las actividades de I+D financiadas por el Programa Marco.
- Concienciación Medioambiental y Ecoeficiencia en las Pymes y las Políticas de Cohesión y Fondos Estructurales.
- Retroalimentación a la Comunidad Europea de las necesidades de las Pymes, opiniones, impactos producidos por la Legislación Europea, etc.

Agencia Andaluza de Promoción Exterior

http://www.extenda.es

La Agencia Andaluza de Promoción Exterior (Extenda) es una empresa pública de la Junta de Andalucía que tiene como objetivo específico facilitar la internacionalización de las PYMES andaluzas con capacidad para competir, mediante el ofrecimiento de una pluralidad de servicios. Estas acciones se enmarcan dentro del Plan Estratégico para la Internacionalización de la Empresa Andaluza 2007– 2010, que recoge la experiencia de los anteriores Planes elaborados para los cuatrienios 1999-2002 y 2003-2006 y define a Extenda como centro gestor de la política de promoción exterior de Andalucía.

El Plan de Internacionalización se caracteriza por estar consensuado por la Junta de Andalucía y los agentes económicos y sociales y realiza un diagnóstico de:

- Los mercados internacionales.
- Los sectores productivos andaluces.
- La capacidad de internacionalización de las empresas andaluzas.

Extenda se plantea unos objetivos estratégicos cuyo cumplimiento permite diversificar sectorial y territorialmente la oferta andaluza. Estos objetivos son los siguientes:

- Incrementar el número de empresas andaluzas en proceso de internacionalización.
- Mejorar el posicionamiento internacional de las empresas andaluzas que ya son activas en dicho proceso.
- Aumentar la inversión andaluza en el exterior.

Se focaliza en casi 40 subsectores de actividad clasificados en 4 sectores principales:

- Agroalimentario
  - Alimentación general
  - Bebidas
  - Aceite y aceitunas
  - Productos cárnicos
  - Productos ecológicos
  - Productos hortofrutícolas
  - Flor cortada y planta ornamental
  - Caballos de pura raza española

- Bienes de consumo
- HABITAT
  * Artesanía y regalos
  * Mueble y decoración
  * Textil hogar
  * Iluminación

- MODA Y COMPLEMENTOS
  - Confección
  - Joyería

- Calzado
- Marroquinería
- Perfumería y cosmética

- INDUSTRIAS CULTURALES
  - Audiovisual
  - Editorial
  - Enseñanza del Español
- MUNDO FLAMENCO
- FRANQUICIAS

- Bienes industriales
  - SUBCONTRATACIÓN INDUSTRIAL
    - Aeronáutico
    - Auxiliar de la automoción
    - Naval
    - Industria en general

  - CONSTRUCCIÓN
    - Materiales de construcción
    - Industria auxiliar de la construcción
    - Promoción Inmobiliaria

  - AUXILIAR DE LA ALIMENTACIÓN
    - Auxiliar de la agricultura
    - Envases y embalajes

  - TECONOLOGÍA
    - Informática y telecomunicaciones
    - Biotecnología
    - Energía
    - Medio Ambiente
  - LOGÍSTICA Y TRANSPORTES

- Servicios
  - Desarrollo agrícola y rural
  - Desarrollo del sector empresarial privado
  - Desarrollo institucional y planificación territorial
  - Medioambiente
  - Sanidad
  - Tratamiento de la información las comunicaciones
  - Turismo

Pii. Aragón

Aragón Exterior

C/ Alfonso 17, 5ª planta 50.003 Zaragoza

T: +34 976 221 571

F: +34 976 218 974

www.aragonexterior.es

info@aragonexterior.es

Aragón Exterior es el instrumento del Gobierno de Aragón para apoyar proyectos de inversión en las empresas locales, mediante un trato personalizado, con la finalidad de cubrir las necesidades específicas de las empresas que deseen instalarse en Aragón.

El instituto ofrece también la información necesaria para evaluar a Aragón como emplazamiento de proyectos empresariales, actuando como interlocutor único entre la empresa de forma gratuita y confidencial.
A través del Programa Invexta ofrece los siguientes servicios:

- **Servicios Personalizados**

  Aragón Exterior acompaña a la empresa aragonesa en sus diferentes fases de entrada en un país a través de proyectos individuales, donde se apoya tanto la exportación como la implantación de operaciones, búsqueda de socios, aprovisionamiento.

- **Programa teDex**

  El Programa teDex facilita a la empresa aragonesa la contratación de técnicos, tanto nacionales como extranjeros, en Aragón o en el país de destino, para puestos de internacionalización con vocación de permanencia.

- **Acciones de Promoción Sectoriales**

  Aragón Exterior lleva a cabo acciones promocionales de los diferentes sectores de actividad como la organización de la participación en ferias en el exterior, la preparación de jornadas técnicas y la realización de misiones comerciales.

- **Servicios de Interpretación Telefónica**

  Aragón Exterior facilita con este servicio la comunicación de las empresas aragonesas con sus clientes o proveedores extranjeros en más de 30 idiomas.

- **Selección de Trabajadores en Origen**

  Este programa permite contratar en origen a trabajadores extranjeros cuyo perfil no se encuentre en Aragón. Aragón Exterior se encarga de la selección, trámites pertinentes, traslado, formación y acogida hasta su incorporación.

- **Asesoramiento en Licitaciones Internacionales**
- **Asesoramiento en Proyectos con financiación multilateral**
- **Proyectos I+D+i**
- **Oportunidades, licitaciones y líneas de financiación europeas**

  Aragón Exterior financia hasta el 70% del coste de la realización de estos servicios en el exterior.

iii. Asturias

Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias (IDEPA)

Parque Tecnológico de Asturias 33420 Llanera

T: + 34 985 98 00 20

F: + 34 985 26 44 55

investinasturias.idepa.es

promotion@idepa.es

El Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias, IDEPA, se creó en 1983, es una entidad pública, dependiente de la Administración regional asturiana, que tiene por misión favorecer el crecimiento económico y generar empleo en la comunidad autónoma, mediante el apoyo y dinamización de la actividad empresarial.

Objetivos y líneas de actuación

Su actividad está orientada hacia el empresario y el emprendedor, especialmente los de carácter innovador. Los objetivos de sus programas son:

- Favorecer la inversión productiva y la creación de nuevas empresas industriales y de servicios asociados a la industria.
- Mejorar la competitividad de las empresas a través de la innovación.
- Aumentar la presencia de las empresas asturianas en los mercados exteriores.
- Potenciar la cooperación como herramienta de competitividad.

Financiación

Ofrece distintos apoyos financieros para favorecer la implantación en el Principado de Asturias, de nuevos proyectos o mejorar la competitividad de las empresas ya existentes.

Infraestructuras industriales

Apuesta por la creación y mejora de las infraestructuras industriales del Principado de Asturias, como elemento estratégico para el desarrollo económico.

Atracción de Inversiones

Favorece la implantación de nuevos proyectos empresariales que modernicen y diversifiquen el tejido industrial asturiano.

Emprendedores

Contribuye, a través del Centro Europeo de Empresas e Innovación, al fomento de la cultura emprendedora e impulsa la creación de nuevas empresas innovadoras en el Principado de Asturias.

Innovación

Promueve la investigación, el desarrollo como base de nuevas actividades productivas y procesos con un alto valor añadido.

Internacionalización

Contribuye a incrementar la presencia de las empresas asturianas en los mercados de todo el mundo.

Información empresarial

Ofrece un servicio de información que permite a la empresa conocer mejor el entorno en el que se desenvuelve, mejorando su competitividad y facilitando la toma de decisiones estratégicas.

Cooperación

Fomenta la cooperación entre empresas y/o instituciones con el objetivo de favorecer las oportunidades de negocio y de incrementar la competitividad empresarial.

La financiación de los proyectos depende de los fondos FEDER.

Sociedad de Promoción Exterior Principado de Asturias S.A. (ASTUREX)

Parque Tecnológico de Asturias. Edificio CEEI

33428 Llanera, Asturias (Spain)

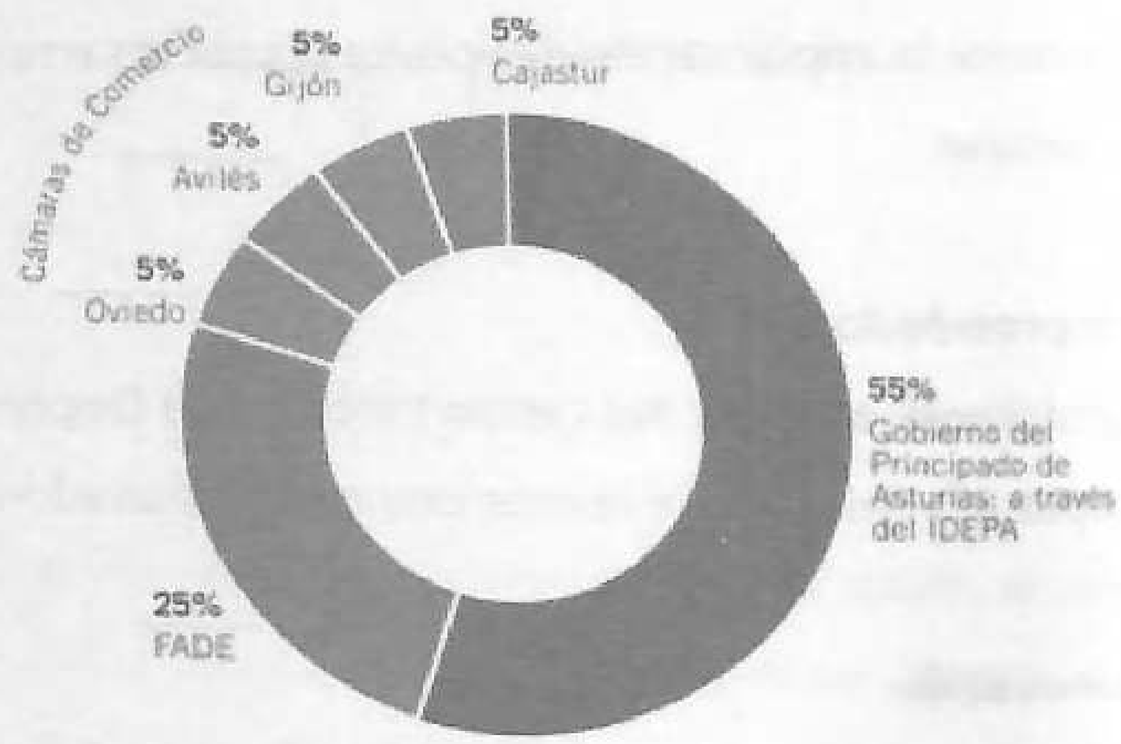
Tel. +34 985 26 90 02 +34 985 26 90 02

Fax. +34 985 26 90 35

Asturex nace de la apuesta conjunta del Gobierno del Principado, la Federación Asturiana de Empresarios (FADE), las Cámaras de Comercio de Oviedo, Gijón y Avilés, y Cajastur de crear una empresa que propicie una mayor presencia de las empresas asturianas en los mercados internacionales.

ASTUREX se creó en diciembre de 2005 con los siguientes accionistas:

- El Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias (IDEPA): 55%
- La Federación Asturiana de Empresarios (FADE): 25%
- Las Cámaras de Comercio de Avilés, Gijón y Oviedo: 15%
- Cajastur, la entidad financiera regional: 5%

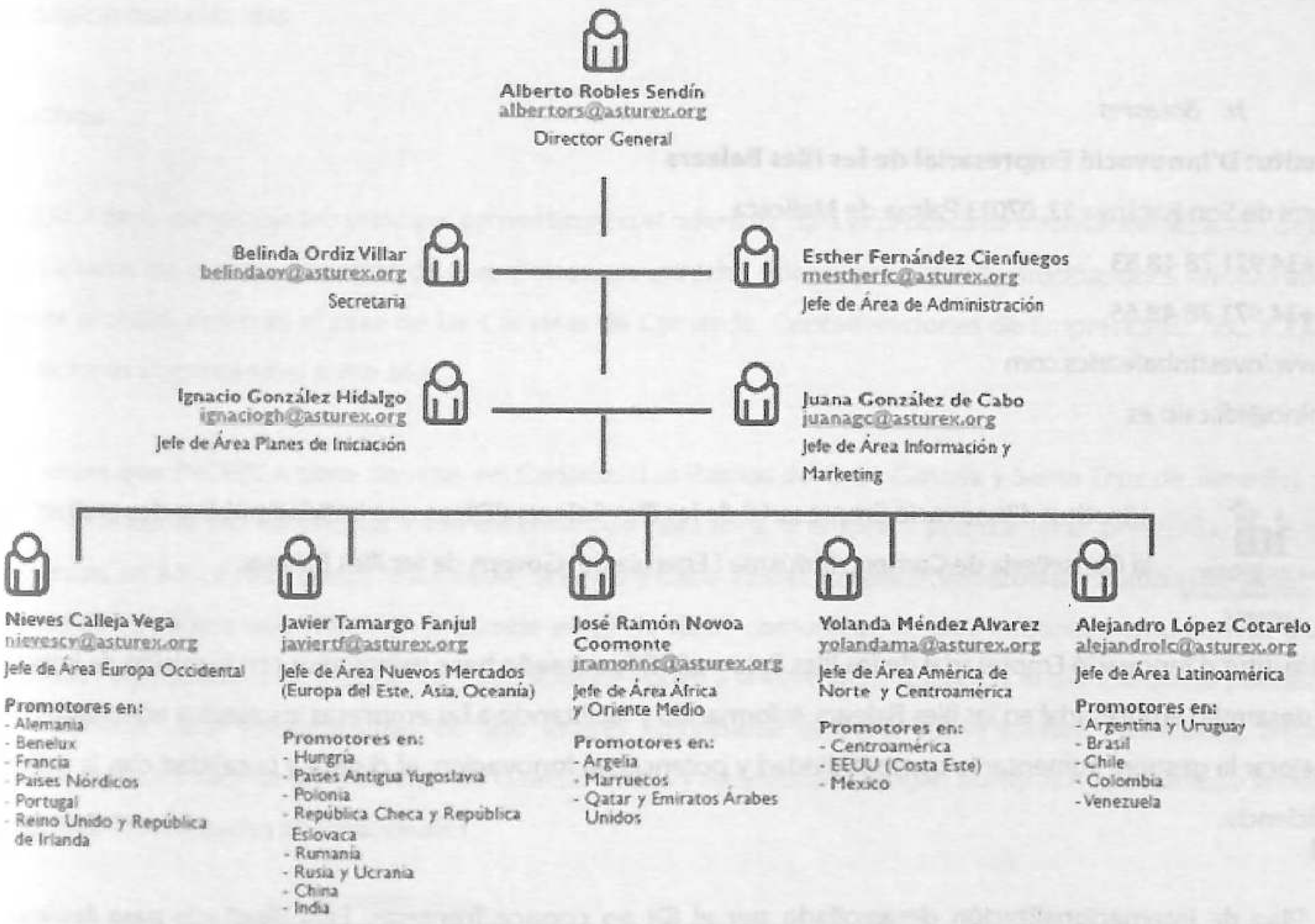


ASTUREX es una sociedad anónima (S.A.) que cuenta con una plantilla fija de 10 personas.

ASTUREX tiene los siguientes objetivos generales:

- Consolidar e incrementar el número de empresas exportadoras, con especial énfasis en el apoyo a las PYMES.
- Fomentar la colaboración entre empresas para la internacionalización.
- Incrementar las exportaciones de sectores y/o productos tradicionales.
- Promover e incentivar las exportaciones de nuevos sectores y/o productos.
- Potenciar las exportaciones a nuevos mercados.

El organigrama que presenta es el siguiente:



[illegible]

- **Talleres de sensibilización** [illegible]
- **DICDI. Desarrollo Integral de la Capacidad Emprendedora**, [illegible]
- [illegible]

[illegible]

[illegible]
Gestión Tecnológica Empresarial de las Ideas Galanas
Cam de Cor Ripoll [illegible]
[illegible]
[illegible]
[illegible]
[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

Así, en estos dos sentidos, ofrece diferentes servicios y programas de información, asesoría y apoyo.

v. *Canarias*

PROXECA

C/ Emilio Castelar, 4 -5ª planta 35007 Las Palmas de Gran Canaria

T: +34 928 472 400

F: +34 928 472 401

www.proexca.es

info@proexca.canarias.org

PROEXCA para Canarias

PROEXCA, Sociedad Canaria Promotora de Fomento, S.A de C.V. es una empresa pública adscrita a la Consejería de Economía y Hacienda del Gobierno de Canarias que tiene como objetivos fundamentales la internacionalización de la empresa canaria y la atracción de inversiones estratégicas hacia las Islas.

Objetivos

PROEXCA tiene como objetivo principal convertirse en el referente para el proceso de internacionalización de las Islas Canarias así como la atracción de inversiones, en estrecha colaboración con las instituciones involucradas en este proceso, como es el caso de las Cámaras de Comercio, Confederaciones de Empresarios, ZEC, ICEX y Asociaciones Empresariales entre otras.

A las sedes que PROEXCA tiene abiertas en Canarias (Las Palmas de Gran Canaria y Santa Cruz de Tenerife), se une una creciente red de oficinas en el exterior, que permite a la empresa pública tener presencia, en estos momentos, en África (Marruecos, Mauritania, Senegal y Cabo Verde), América (Venezuela) y Europa (Bélgica).
A través de su página web PROEXCA pretende servir de vía de comunicación para informar puntualmente a las empresas canarias sobre los programas y servicios de apoyo a la internacionalización, al tiempo que le permitirá dar a conocer otras informaciones de alto interés empresarial (ayudas, subvenciones, licitaciones, becas, formación, etc.), y facilitar la resolución de cuantas dudas y necesidades tengan nuestros empresarios, a la hora de abordar los mercados internacionales.

La RED EXTERIOR de PROEXCA impulsa, junto a las restantes divisiones de la empresa y compañías e instituciones presentes tanto en Canarias como en sus mercados "objetivo" (aquéllos que por diferentes razones ocupan un lugar destacado como destino de inversiones canarias) todo tipo de acciones orientadas hacia la internacionalización del tejido empresarial del Archipiélago.

Para ello, cuenta en la actualidad con cerca de 40 profesionales repartidos en 15 ciudades (Madrid, Bruselas, Agadir, Caracas, Miami...) de 13 países para atender tanto las necesidades del empresario canario en el exterior, como las de potenciales inversores para Canarias.

Servicios

Los servicios que presta la RED EXTERIOR para acercar al empresariado a nuevos mercados comienzan con la intermediación y van hasta la creación de una agenda de reuniones, pasando por la organización de misiones directas e inversas o de eventos que sirvan para ponerlo en contacto con socios potenciales.

La RED EXTERIOR actúa como monitor de cuanta información resulte interesante para el empresariado canario respecto a las distintas oportunidades de negocio planteadas desde administraciones y grupos empresariales extranjeros, siendo responsable de las buenas relaciones de éstos últimos con los agentes locales para contribuir al éxito de propuestas y proyectos planteados desde Canarias.

vi. Cantabria

Sociedad para el Desarrollo Regional de Cantabria (SODERCAN)

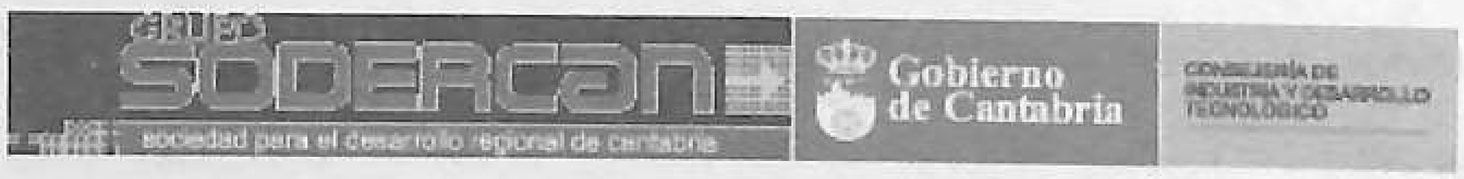
C/ Hernán Cortés 39 39004 Santander

T: +34 942290003

F: +34 942290276

www.sodercan.com

informacion@sodercan.com



Grupo SODERCAN es un conjunto de empresas públicas dedicadas a promover y contribuir activamente en la creación de un entorno socio-empresarial, que favorezca las inversiones en el tejido industrial y desarrolle la innovación y la mejora competitiva; generando valor social y medioambiental en las empresas, Administración y sociedad de Cantabria.

La responsabilidad de **Grupo SODERCAN** radica en la capacidad de ser un elemento impulsor del bienestar económico y social de la región.

Grupo SODERCAN se debe al conjunto de la sociedad cántabra y presta apoyo técnico y económico a los

proyectos de innovación y diversificación empresarial, ayuda y asesora a los emprendedores/as, capta nuevas inversiones y facilita la internacionalización de las empresas de Cantabria.

La Red Exterior de **Grupo SODERCAN** está formada por profesionales en comercio exterior destinados en China, Marruecos, México, Estados Unidos, Rusia, Ucrania y Brasil.

Además, pone a disposición de los/las empresarios/as industriales de la región un representante para asuntos europeos en la Oficina del Gobierno de Cantabria en Bruselas.

vii. Castilla y León

F: +34 983 309 968

www.invertirencastillayleon.com

inversiones@adeuropa.org

ADE Financiación

La junta de Castilla y León, ha creado un instrumento financiero denominado **ADE Financiación,** con la intención de apoyar un amplio abanico de productos financieros a las empresas en sus proyectos de inversión. Mediante este instrumento, la Junta promueve a las empresas con deseos de internacionalizarse. Asimismo, ofrece una amplia gama de ayudas dirigidas a facilitar al máximo el desarrollo de proyectos empresariales y la modernización de los sectores productivos para que las empresas de la Región alcancen altos niveles de competitividad en los mercados internacionales.

Entre los principales apoyos a las empresas destacan los siguientes:

- INCENTIVOS A LA INVERSIÓN
  Dirigidos a empresas que realicen proyectos de inversión empresarial en Castilla y León.

Los proyectos de inversión son apoyados por distintos programas.

La cuantía de la subvención no podrá superar los siguientes topes por provincias: El 30% en las provincias de Ávila, León, Salamanca, Soria y Zamora. El 27% en las provincias de Palencia y Segovia. El 25% en las provincias de Burgos y Valladolid.

- INCENTIVOS A LA CONTRATACIÓN

  Las medidas de apoyo al empleo se incentivarán en función del programa concreto hasta 8.100 euros por la formulación de contratos indefinidos con trabajadores según una serie de características. Dicha cuantía se reducirá proporcionalmente en el supuesto de contratación parcial y el perfil del trabajador.

- INCENTIVOS A LA FORMACIÓN

  Dirigidas a empresas industriales extractivas, manufactureras y de servicios de ingeniería en Castilla y León.

  Destinadas a trabajadores integrados en los centros de trabajo de la entidad beneficiaria ubicados en Castilla y León.

  Se incentivarán los gastos de personal docente y alumnos, consumos y equipamientos, aplicándose hasta un 45% o el 80 % según el programa propuesto.

- INCENTIVOS a I+D

  Dirigidas a todos los sectores incluidos empresas industrias agrarias y alimentarias que realicen Proyectos de Investigación Industrial o de Desarrollo Experimental.

  Se subvencionará hasta el 70% en función del tipo de programa desarrollado.

- INCENTIVOS A LA FINANCIACIÓN

  Participación en el capital social mediante la sociedad de capital riesgo: ADE Capital SODICAL

  - Préstamos Participativos
  - Préstamos Avalados: IBERAVAL
  - Otras formas de aportación de recursos

Estos programas se financian por medio de subvenciones a fondo perdido dirigidas a diferentes ámbitos de competitividad, modernidad, innovación, etc. presentando a la región como una apuesta segura para los proyectos de inversión. Para su desarrollo y ejecución, los programas se complementan con Planes de Empleo y Formación, así como instrumentos financieros adaptados a las necesidades de cada inversor.

ADE Internacional

Fundada por la Junta de Castilla y León en 1989, el objetivo de ADE Internacional EXCAL es facilitar el acercamiento de las empresas de la Comunidad Autónoma a los mercados exteriores y, en definitiva, potenciar su desarrollo a través del crecimiento de su dimensión internacional.

Su filosofía está orientada al servicio a las empresas, tanto a las que ya son exportadoras como a las que desean serlo, y al desarrollo de la política de internacionalización liderada por la Junta de Castilla y León a través de la Consejería de Economía y Empleo.

Por ello, son un instrumento clave en el desarrollo de las acciones contempladas en el II Plan para la Internacionalización Empresarial de Castilla y León 2008-2011.

El trabajo de ADE Internacional EXCAL está orientado a la mejora de los resultados de las empresas de Castilla y León a través del incremento de su actividad en los mercados exteriores.

De ahí que la misión sea aumentar la participación de las empresas de Castilla y León en los mercados internacionales, lo que debe materializarse en el incremento de sus exportaciones.

Con el objetivo de potenciar la presencia internacional de las empresas y favorecer su expansión en los mercados, ofrecen una amplia gama de servicios que comprenden:

- Información y asesoramiento personalizado
- Promoción internacional de las empresas y sus productos y servicios
- Apertura de nuevos mercados y consolidación de ventas
- Además, también proporcionan a las empresas profesionales cualificados e instalaciones en el exterior para el desarrollo de sus proyectos internacionales.

viii. Castilla-La Mancha

Agencia de Captación de Inversiones de Castilla-La Mancha

Centro de Empresas 1 - C/ Valdemarías s/n, 45007 Toledo

T: +34 925 334 141

F: +34 925 333 719

www.investincastillalamancha.com

invest@jccm.es

BestinCLM-Agencia de Captación de Inversiones de Castilla-La Mancha nace dentro del Pacto por el Desarrollo y la Competitividad de Castilla-La Mancha firmado entre el Gobierno Regional, agentes sociales y representantes de las empresas.

De carácter horizontal dentro del Gobierno regional, es una empresa pública adscrita a Vicepresidencia y Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

Su principal objetivo es la atracción y captación de proyectos de inversión empresarial para la región. Las misiones básicas de BestinCLM son:

- Promoción de Castilla-La Mancha como destino de inversión hacia inversores nacionales e internacionales con el fin de potenciar la creación de nuevos negocios, nuevos empleos y mayor valor añadido en la región.
- Captación de proyectos de inversión por parte de empresas industriales y de servicios, y posicionamiento de la oferta de Castilla-La Mancha.
- Asistencia y asesoramiento a las empresas en las diferentes etapas de desarrollo de su proyecto en nuestra región (interlocución con la administración, información sobre financiación y subvenciones, búsqueda de localizaciones...).
- Realizar un servicio de seguimiento a las empresas que hayan decidido implantarse en Castilla-La Mancha para asegurarnos de su permanencia en nuestra región y de la localización en nuestra geografía de nuevos proyectos de inversiones de las mismas (Programa Aftercare).

El organismo se mantiene con los fondos procedentes del Gobierno Español y de la Unión Europea.

Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha

P.I. Santa María de Benquerencia

C/ Rio Cabriel, s/n

45071 Toledo

http://www.ipex.jccm.es/www/home.asp

ipex
Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha

El IPEX es una entidad de Derecho Público perteneciente a la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, creada por la Ley 3/2002, de 7 de marzo (Diario Oficial de Castilla-La Mancha, número 34 de 18 de marzo de 2002), adscrita a la Vicepresidencia y Consejería de Economía y Hacienda. Esta entidad ha sido creada para impulsar la internacionalización de las empresas de la Comunidad Autónoma.

En el Instituto se encuentran representadas las instituciones regionales y nacionales involucradas en la promoción exterior.

El objetivo es ser referente para la internacionalización de la región en un marco de estrecha colaboración institucional y empresarial y la progresiva internacionalización de las empresas, en sus distintas fases.

Entre sus funciones destacan:

- Impulsar, fomentar y ejecutar acciones que favorezcan la promoción exterior de Castilla-La Mancha.
- Coordinar servicios de asesoramiento, información, formación y promoción.
- Colaborar con otras entidades públicas y privadas dedicadas al comercio internacional.
- Promover el asociacionismo exportador.
- Prestar asesoramiento a las empresas interesadas en llevar a cabo proyectos de inversión en el extranjero.

En suma, se trata de un órgano operativo y eficaz en materia de la promoción exterior de nuestros productos y servicios, con el objetivo de diseñar y desarrollar programas de internacionalización, aunando los recursos y ejecutando las acciones de forma coordinada, actuando de manera rápida y eficaz en función de los cambios en las condiciones de cada mercado.

ix. Cataluña

Invest in Catalonia. ACC1Ó CIDEM/COPCA

Pg de Grácia 129 / 08008 Barcelona

T: +34 93 476 7235

F: +34 934767303

www.catalonia.com

catalonia@acc10.cat

ACC1Ó Competitiveness for Catalonia — Generalitat de Catalunya Government of Catalonia

Invest in Catalonia ofrece servicios de asesoramiento y asistencia adaptados a las necesidades de las empresas que estudian establecerse o expandir su negocio en Cataluña.

ACC1Ó es la agencia especializada en la promoción y captación de inversiones en Cataluña. Con sede central en Barcelona y la colaboración de la red de 35 Centros de Promoción de Negocios de ACC1Ó en el mundo, Invest in Catalonia ofrece servicios de asesoramiento y asistencia adaptados a les necesidades de las empresas que estudien establecerse o expandir su negocio en Cataluña. Estos servicios se ofrecen de forma confidencial, gratuita y personalizada.

Servicios que ofrece la agencia:

- Asesoramiento especializado y a medida a las empresas con proyectos de inversión en Cataluña.
- Promoción de inversiones
- Detección de oportunidades de inversión empresarial
- Identificación de potenciales empresas inversoras
- Realización de acciones promocionales de presentación de Cataluña como localización preferente para la atracción de inversiones
- Apoyo a la realización de proyectos de inversión teniendo en cuenta los polos de innovación
- Impulso a acuerdos entre empresas catalanas y extranjeras para desarrollar proyectos de inversión estratégicos.
- Servicio de orientación a empresas extranjeras
- Información sobre Cataluña: sociedad, economía, cultura, talento.
- Conocimiento del contexto empresarial: información básica sobre el entorno socioeconómico y marco legal.

- Análisis sectorial: informes sectoriales, estadísticas, nuevas oportunidades de inversión.
- Organización de encuentros con empresas extranjeras que operen en Cataluña.
- Contactos con instituciones y organismos oficiales.
- Impulso a la colaboración entre empresas (joint-venture, partnering).
- Planificación de proyectos
- Información necesaria para la elaboración del estudio de viabilidad.
- Identificación de los elementos críticos para el éxito del proyecto en Cataluña.
- Selección de parámetros para encontrar una ubicación adecuada.
- Acceso a información legal y económica.
- Herramientas financieras disponibles.

PRODECA, S.A. Promotora d'Exportacions Catalanes

Gran Via de les Corts Catalanes, 620, pral.

08007 BARCELONA

T. (+34) 935 524 820 (+34) 935 524 820 / F. (+34) 935 524 825

www.prodeca.cat

Promotora d'Exportacions Catalanes S.A., PRODECA, Promotora d'Exportacions Catalanes, SA, PRODECA, ofrece a la industria alimentaria de Cataluña servicios de soporte al comercio exterior y al proceso de internacionalización de promoción de la calidad alimentaria.

La Generalitat de Catalunya promociona los productos alimentarios catalanes y fomenta su internacionalización. Es por ello que Prodeca, empresa adscrita al Departamento de Agricultura, Alimentación y Acción Rural, dedica sus recursos humanos y financieros a la promoción de los servicios y tecnología de aquellas empresas, cooperativas, asociaciones y instituciones que configuran la cadena de producción, transformación y distribución del sector agroalimentario catalán en los mercados interiores y exteriores, así como la difusión de la calidad alimentaria.

Para llevar a cabo esta tarea, se coordina con otros organismos de promoción comercial y para la internacionalización, con el objetivo de sumar esfuerzos y ofrecer un servicio eficiente a la empresa alimentaria.

x. Ceuta

PROCESA

Calle Padilla s/n, Edificio Ceuta, 1ª planta 51000 Ceuta

T: +34 956 528 272

www.procesa.es

procesa@procesa.es

Procesa conforma los programas operativos FSE y FEDER cuyo contenido tiene que ver con el desarrollo regional de Ceuta en el ámbito del tejido empresarial y su inserción internacional.

Asimismo, PROCESA es agencia miembro del Foro ADR, Asociación Española de Agencias de Desarrollo Regional que nace con el objetivo de contribuir a la planificación de políticas y públicas y actividades encaminadas a promover el desarrollo regional. El Foro ADR es un mecanismo operativo creado por las Agencias de Desarrollo Regional para informarse mutuamente y explotar las oportunidades conjunta. Sus objetivos principales son:

- Reforzar el funcionamiento del Foro de Agencias de Desarrollo Regional como lugar de encuentro, intercambio de conocimientos y experiencias y su puesta en común.
- Abordar desarrollos de proyectos conjuntos por un grupo de Agencias.
- Buscar tratamientos más personalizados a las necesidades de las empresas.
- Derivar las políticas de la subvención hacia otro tipo de apoyos más proactivos y orientados a las necesidades cambiantes de las empresas.
- Desarrollar el reconocimiento del FORO de ADR como interlocutor.

xi. Comunidad Valenciana

Valencia Community Investments (VCI)

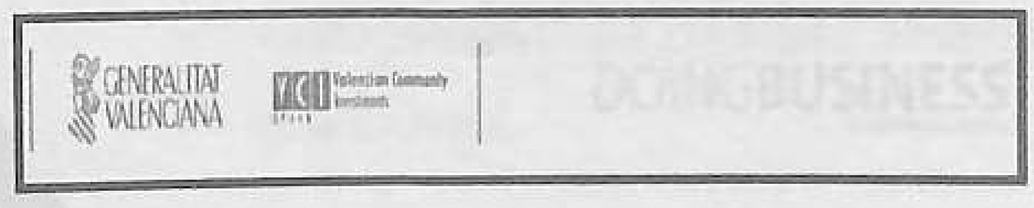
Doctor Romagosa 1, 2º 46002 Valencia (Spain)

T: +34 963 427 350

F: +34 963 427 353

www.vci.com.es

info@invest-vci.com



La Agencia Valenciana de Atracción de Inversiones, VCI, tiene como objetivo estratégico general, en consonancia con

las proyecciones estratégicas de la Generalitat y en función de sus Estatutos Fundacionales y del propio Plan Estratégico de la Sociedad; el de favorecer la atracción de inversiones foráneas, nacionales y extranjeras, a la Comunitat Valenciana. VCI es una empresa pública adscrita a la Vicepresidencia de Coordinación Económica y a la Consellería de Economía, Hacienda y Empleo de la Generalitat Valenciana.

VCI actúa como aliado estratégico del inversor extranjero en los proyectos de inversión foránea, promoviendo la mejora de las condiciones para la consolidación y multiplicación de la inversión foránea en la Comunitat. VCI pone a disposición del inversor extranjero una serie de servicios, como la tramitación de propuestas, coordinar consultas, facilitar información y medios para la obtención de subvenciones, asesorar en búsquedas de ubicaciones. Asimismo, consigue minimizar los esfuerzos para conocer las ventajas clave que ofrece nuestro territorio y facilita el proceso inversor.

Instituto Valencia de Exportación (IVEX)

Pza. de América, 2 – 7ª

46004 Valencia

Tel. +34 96 197 15 00

Fax: +34 96 197 15 40

I·V·E·X GENERALITAT VALENCIANA

El Instituto Valenciano de la Exportación (IVEX) es el instrumento de la Generalitat encargado de la internacionalización del tejido empresarial de la Comunitat Valenciana.

El IVEX, sociedad creada por iniciativa conjunta de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación y las Cámaras de Comercio de la Comunitat Valenciana, facilita a las empresas de la Comunitat Valenciana su acceso al mercado global con el objetivo de hacer de la internacionalización la clave de su progreso y de su éxito futuro.

Al personal técnico en las oficinas centrales de Valencia se une una extensa red en el exterior formada por 28 delegaciones situadas en los principales mercados internacionales. Quince de estas delegaciones ofrecen a las empresas de la Comunitat el servicio de Centros Empresarial- espacios a disposición de las empresas en las que cuentan con infraestructura material, técnica y humana, que les proporciona un asesoramiento global en el mercado destino-.

El objetivo último del IVEX es ofrecer un apoyo integral a las empresas de la Comunitat Valenciana. Poner a su disposición el personal técnico, la infraestructura y el conocimiento basado en una amplia experiencia para facilitar el desarrollo de una estrategia empresarial que demanda recursos y en muchos casos el cambio de

procedimientos e incluso de mentalidad empresarial.

Los servicios de apoyo a la internacionalización desarrollados por el IVEX se caracterizan por su carácter personalizado y flexible, susceptibles de ser adaptados a las condiciones y necesidades concretas de cada empresa, dependiendo del mercado objetivo o sector de actividad. Destacan:

- Búsqueda de Canales de distribución
- Sondeo y Prospección de mercados
- Organización de sus viajes de prospección
- Seguimiento de contactos
- Organización de su participación en ferias internacionales
- Asistencia operativa en el mundo
- Gestión de su cartera de clientes
- Asesoramiento y gestión de sus procesos de implantación
- Asesoramiento y seguimiento en sus procesos de homologación
- Gestión de recursos humanos en destino
- Centros Empresariales
- Ivexmark.China
- Ivexcredit.China
- Ivexfoodact.EEUU
- Servicio Exposición Hong Kong
- Servicio Licitación Próxima
- Servicios de Aseguramiento y Financiación de las Operaciones de Exportación

A los servicios personalizados se une un amplio catálogo de programas de apoyo diseñados para cada una de las fases del proceso de internacionalización. En el diseño de estos programas, en revisión permanente, el IVEX apuesta por la incorporación de metodologías de trabajo, herramientas a largo plazo, formación y asesoramiento. Además, IVEX gestiona cinco órdenes de ayuda de la Dirección General de Internacionalización y desarrolla un amplio plan de formación en su decidida apuesta por la formación de recursos humanos especializados en internacionalización.

xii. Extremadura

SOFIEX

Avda. José Fernández López nº 4, 06800 Mérida (Badajoz)

T: +34 924 00 29 00

F: +34 924 31 92 12

www.sofiex.es

informacion@sofiex.es

SOFIEX actúa como socio financiero mediante la operativa del Capital Inversión para participar de forma minoritaria en empresas que se constituyan en Extremadura. SOFIEX aporta, además de recursos económicos su colaboración como socio local que conoce la realidad administrativa e industrial de Extremadura, incrementando de esta manera el valor intangible de la relación con sus participadas.

SOFIEX cuenta con una cartera de empresas que abarcan múltiples sectores de actividad, no existiendo limitaciones para la inversión en función del ámbito de negocio.

Como únicas características buscadas por SOFIEX para acompañar los proyectos como socios minoritarios son, la viabilidad de los mismos, la presencia de un empresario que lidere el proyecto empresarial y la capacidad de generación de riqueza y empleo en la región.

SOFIEX participa en el Capital Social de las empresas como accionista minoritario desde el inicio de la actividad o asistiendo a las ampliaciones de capital de las empresas en actividad y permaneciendo como socio temporal según las necesidades del proyecto.

A la hora de desinvertir, SOFIEX se retira del accionariado de sus participaciones garantizando el retorno de su representación accionarial al socio mayoritario, dejando la plena propiedad al empresario privado en base al correspondiente pacto de recompra de las acciones, articulado en el momento de la incorporación de SOFIEX al accionariado de la empresa.

Con la garantía que supone el éxito conseguido por las diferentes empresas a las que hasta ahora se ha apoyado, SOFIEX invita a todos aquellos empresarios que estén buscando la ubicación geográfica óptima para sus proyectos, presentándose como socio de los mismos y ofreciendo Extremadura, como destino de inversión.
SOFIEX es miembro de la Asociación Española de Capital Inversión (ASCRI).

Fomento de Mercados de Extremadura

Avda. de Extremadura, 5-A

06800 Mérida (Badajoz)

Tlf: +34 924 00 40 70 +34 924 00 40 70

Fax: +34 924 00 49 19

http://www.fomentomercados.com

fomento de mercados

Fomento de Mercados de Extremadura es una empresa pública de la Junta de Extremadura, dependiente de la Vicepresidencia Segunda y Consejería de Economía, Comercio e Innovación.

La visión del organismo es Promover y gestionar la política de promoción exterior de Extremadura, haciendo de esta región unas de las principales comunidades con presencia en el exterior por la oferta de sus productos y/o servicios de calidad.

La misión se resume en Incrementar las exportaciones extremeñas ofreciendo el mejor servicio, formación e información al entramado empresarial exportador.

Las principales ventajas que ofrece a las empresas son:

- **Prospección de los mercados exteriores**
- **Posibilidad de dar a conocer la oferta**
- **Contactar con posibles clientes**
- **Proyectar una imagen positiva del tejido empresarial extremeño internacional**

xiii. Galicia

IGAPE

C/ San Lázaro s/n 15703 Santiago de Compostela

T: +34 981 54 11 62

F: +34 981 54 11 14

www.igape.es

promocion@igape.es

IGAPE

El Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) es la Agencia de desarrollo de Galicia. Como ente de derecho público con personalidad jurídica y patrimonio propios, entre sus principales objetivos están los de fomentar la creación de nuevas empresas, promover la mejora de la productividad y competitividad de las sociedades ya asentadas en la Comunidad Autónoma, atraer inversiones foráneos y facilitar la internacionalización del tejido productivo.

El Igape actúa de manera proactiva y transparente, empleando tecnologías como la firma digital para agilizar y simplificar la tramitación administrativa, y promueve las actuaciones de cooperación y los proyectos colectivos, liderados por agrupaciones empresariales, para hacer posible un efecto multiplicador en la gestión de los recursos públicos.

Para acercar sus servicios y ayudas a los usuarios, el instituto tiene oficinas territoriales en las siete principales ciudades gallegas. Al mismo tiempo, para facilitar la internacionalización de las pymes gallegas y captar inversiones extranjeras, dispone de Centros de Promoción de Negocios en Alemania, China, Estados Unidos, Polonia y Japón.

Proyección del IGAPE y servicios

El Plan re-Forza constituye su estrategia de operación y tiene el objetivo de facilitar el apoyo y servicios con más agilidad y mayor eficiencia. Este plan se propone facilitar a los usuarios del Instituto dependiente de la Consellería de Ecomomía e Industria respuesta inmediata a las necesidades más urgentes de las empresas, ofrecer una visión a medio plazo apostando por la mejora de la competitividad y la internacionalización del tejido empresarial, garantizar un ágil y riguroso control de los procesos de gestión y liquidación, y brindar un claro compromiso de contención de los gastos generales, dentro de unos presupuestos que, con todo, crecen un 12,89% para poder atender a las necesidades del tejido empresarial.

Algunos de los incrementos presupuestarios más significativos están en los presupuestos destinados a la internacionalización (+56%) y a los programas de inversión, cooperación y competitividad empresarial (+11,7%).

Desde el convencimiento de que las dificultades de acceso a la financiación son de especial relevancia en la actividad empresarial, las líneas de incentivos a la inversión contemplarán el anticipo parcial de las subvenciones concedidas, cumpliendo así, por primera vez, un objetivo doble: el de incentivo económico y el de prefinanciación parcial de los proyectos que resulten aprobados.

De este modo, el Instituto confía en estimular la puesta en marcha de nuevos proyectos de inversión empresarial, aspecto fundamental para impulsar la reactivación de la economía. Otra de las novedades destacables en este ámbito será una nueva línea para apoyar las inversiones en equipamiento en el sector de los servicios, facilitando financiación para proyectos de empresas de todas las actividades económicas no industriales, que no podían acogerse a los incentivos del Igape para inversiones.

xiv. La Rioja

ADER

Muro de la Mata, 13-14 26071 Logroño

T: +34 941 291 500

F: +34 941 291 544

www.ader.es

ader@ader.es

La Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER) es una entidad pública del Gobierno de La Rioja adscrita a la Consejería de Industria, Innovación y Empleo, encargada de desarrollar la política de promoción económico-industrial, principalmente en el ámbito de la pequeña y mediana empresa (PYME).

ADER es una organización con vocación de implementar la realidad empresarial e industrial de nuestra Comunidad Autónoma, hacerla crecer y posicionarla a nivel de las más desarrolladas a nivel europeo.

Su fin es el fomento del desarrollo económico regional, favoreciendo la consolidación y creación de empresas en La Rioja y generando una atmósfera adecuada para la prosperidad de las empresas riojanas.

La misión principal de ADER es el desarrollo empresarial de nuestra región, aumentando la competitividad de nuestras empresas, sobre todo a través del fomento de la innovación e internacionalización.

Los principales objetivos del organismo son:

- Consolidación del tejido productivo empresarial.
- Mejorar la capacidad y eficiencia productiva de la empresa riojana.
- Potenciar la innovación tecnológica en las empresas.
- Fomentar la cultura emprendedora.
- Apoyo financiero a las distintas iniciativas empresariales a través de las distintas subvenciones.
- Impulso al comercio.
- Facilitar el acceso al registro de propiedad industrial.
- Impulsar la incorporación del diseño como herramienta de competitividad.
- Acompañar a nuestros empresarios en su camino hacia la exportación y potenciar su presencia en el exterior.

La Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja es una organización con vocación de apoyar a las empresas riojanas en su camino hacia la mejora de la competitividad, innovación y excelencia.

Dentro de sus principales cometidos se encuentra la consolidación de la estructura productiva de La Rioja, basada en pequeñas y medianas empresas y empresas familiares.

Para lograr sus objetivos, ADER no solo cuenta con una serie de apoyos económicos, sino también con una amplia gama de servicios, que la sitúan a la vanguardia de las organizaciones de su naturaleza.

xv. Madrid

PromoMadrid, Desarrollo Internacional de Madrid S.A.

C/Suero de Quiñones, 34

T: +34917450127

F: +34915647498

www.promomadrid.com

info@promomadrid.com

MADRID
www.promomadrid.com

PromoMadrid Desarrollo Internacional de Madrid, S.A. es una empresa pública, creada en 2004, con la finalidad de promocionar y desarrollar internacionalmente la Comunidad de Madrid desde el punto de vista económico. PromoMadrid está adscrita a la Consejería de Economía y Hacienda de la Comunidad de Madrid.

PromoMadrid tiene como objetivo apoyar a las empresas madrileñas en sus procesos de internacionalización, atraer y retener la inversión extranjera y llevar a cabo todas aquellas acciones que tengan como fin la mejora de la presencia, percepción y valoración de esta Comunidad, sus empresas, instituciones y su patrimonio cultural y económico.

Entre sus funciones destacan:

1. Atracción de Inversiones

La función es lograr que empresas de otros países inicien su actividad en la Comunidad de Madrid. Para ello asesoran a los potenciales inversores durante el proceso de toma de decisión de la ubicación de la nueva empresa. Promoción Madrid como sede de empresas y analizan el posicionamiento de la región en determinados sectores y en relación con los principales criterios aplicados en la toma de decisión de la localización de los recursos empresariales.

2. Servicios al Inversor

La función consiste en apoyar al inversor extranjero a lo largo de todo el proceso de implantación y desarrollo de su actividad económica en la Comunidad de Madrid. Promueven asimismo la estabilidad de la inversión ya existente y la expansión de la actividad de aquellas empresas que en su día eligieron Madrid para desarrollar su actividad.

3. Desarrollo de Imagen

Desarrollan actividades dirigidas a mejorar internacionalmente la imagen de la Comunidad de Madrid en el ámbito económico. Llevan a cabo y promueven la realización de actividades dirigidas a la mejora de la posición de la región como centro económico y de negocios y fomentan el conocimiento de los activos y valores de la región en el mundo.

4. Internacionalización de la Empresa

Apoyan a la empresa madrileña en el diseño y desarrollo de su estrategia en procesos de internacionalización. Para ello, les ofrecen información, formación y asesoramiento. PromoMadrid organiza también la asistencia a determinadas ferias y exposiciones; coordina encuentros con empresarios de otros países y actúa como interlocutor de las empresas madrileñas ante las instituciones comunitarias.

5. Relaciones Institucionales

Favorecen el establecimiento de vínculos estables con instituciones, organismos y diferentes entidades, que permitan fortalecer la posición de PromoMadrid y la Comunidad, tanto en España como en el exterior. Desarrollan actividades de carácter social, cultural y de cooperación.

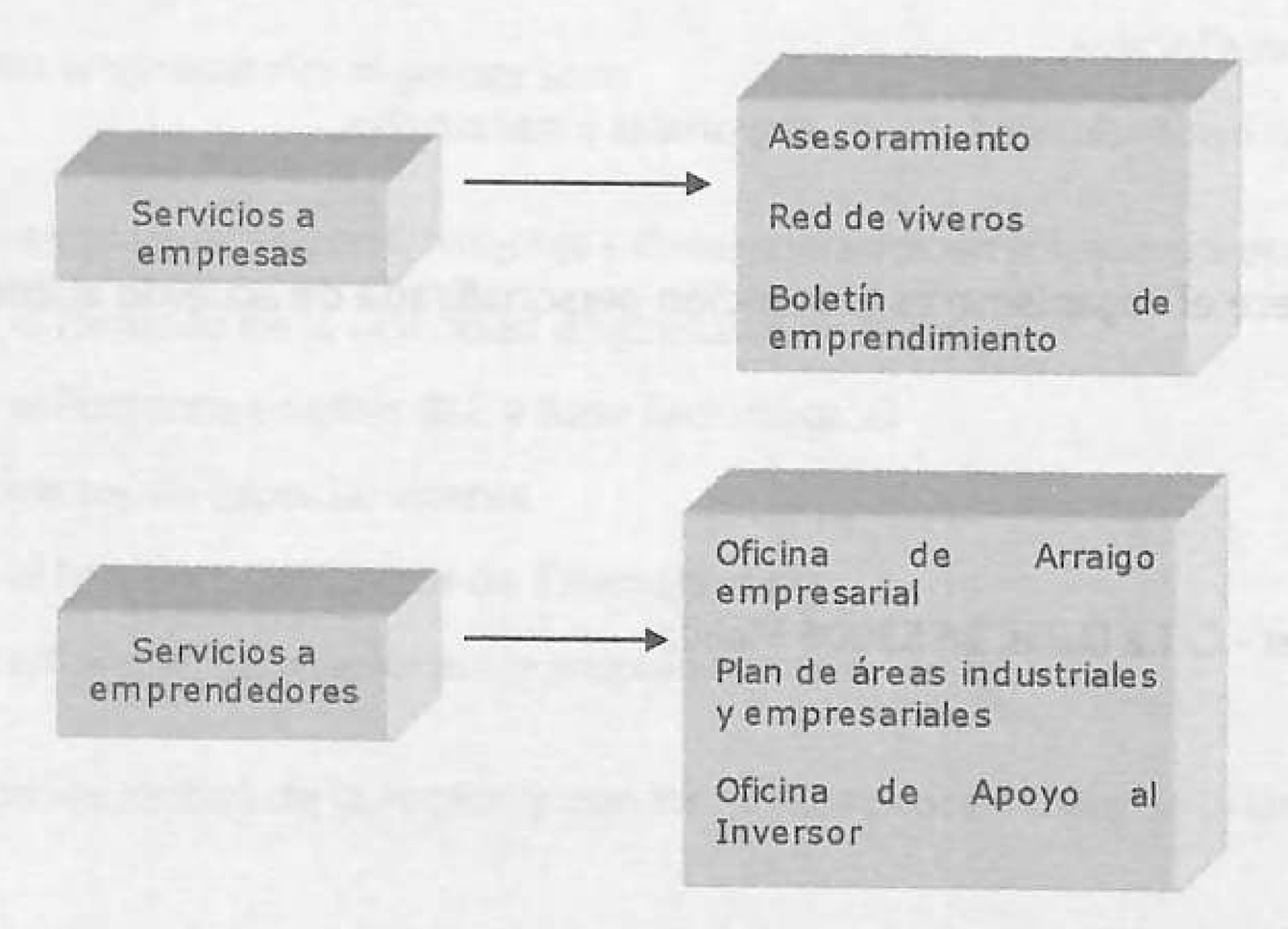
Agencia de Desarrollo Económico Madrid Emprende

Página web: http://www.esmadrid.com/madridemprende/jsp/index.jsp

Creada en 2005 y adscrita al Ayuntamiento de la Comunidad de Madrid tiene como objetivo impulsar y promover el desarrollo económico de Madrid y de su tejido económico, a través de tres direcciones: competitividad de las pymes mejora de las infraestructuras empresariales y atracción de la inversión exterior.

En Madrid Emprende se da prioridad al reequilibrio territorial de nuestra ciudad llevando a cabo programas en los distritos menos favorecidos y promoviendo un cambio en el modelo de desarrollo económico que potencie las actividades económicas y empresariales más intensivas en conocimiento e innovación y por tanto más competitivas, todo ello en colaboración con los agentes socio-económicos de la ciudad.

Los servicios que proporciona Madrid Emprende son gratuitos y entre los principales se encuentran:



Objetivos del organismo

- Lograr la implantación de nuevas compañías extranjeras en la Comunidad de Madrid.
- Ayudar a las empresas extranjeras ya establecidas en Madrid a expandir y aumentar su actividad.
- Actuar como interlocutor entre las empresas y las instituciones públicas para fomentar cambios en las políticas, principalmente en la autonómica, que permitan mantener la inversión actual y captar nuevos proyectos de inversión.

Los servicios que proporciona son gratuitos y entre los principales se encuentran:

- Información sobre:
* Macro y microeconómicos.
* Marco legal y fiscal y contable.
* Costes operacionales y de negocio: laborales, inmuebles, telecomunicaciones, energía, precio y de implantación.
* Disponibilidad en alquiler y/o venta de suelo, oficinas o instalaciones.
* Programas de subvención e incentivos para proyectos de inversión.
* Proveedores de productos y servicios.
* Asesoramiento gratuito sobre:
* Gestión y tramitación de procedimientos administrativos, como los relacionados con subvenciones e incentivos.
* Organización de visitas a ubicaciones empresariales.
* Organización de encuentros con empresas extranjeras ubicadas en la región.
* Búsqueda de asociaciones, alianzas estratégicas y proyectos de constitución de empresas mixtas con operadores locales.
* Contacto con instituciones locales, regionales y nacionales.

El valor añadido que ofrece el organismo es la atención personalizada de acuerdo al interés de los inversores.

xvi. Melilla

PROMESA

Polígono Industrial Sepes - C/ La Dalia, 26 52006 Melilla

T: +34 952 679 804

F: +34 952 679 810

www.infomelilla.net

info@promesa.net

sociedad pública
PROMESA
promocióneconómica**de melilla**

PROMESA, es una agencia de Melilla, encargada del fomento y desarrollo de las empresas de esta región. La agencia trabaja conjuntamente con el proyecto Europa Direct, que actúa como intermediario entre el empresario de Melilla y la Unión Europea.

Los objetivos de esta red son:

- Permitir a los ciudadanos melillenses obtener información, asesoramiento, asistencia y respuestas a sus cuestiones sobre las instituciones, la legislación, las políticas, los programas y las posibilidades de financiación de la Unión Europea, así como proporcionar acceso a los documentos y publicaciones de las instituciones europeas.
- Fomentar activamente el debate local y regional sobre la Unión Europea y sus políticas.
- Permitir a las instituciones europeas mejorar la difusión de información adaptada a las necesidades locales y regionales.
- Desarrollar acciones de promoción de la Unión Europea dirigidas a diversos colectivos ciudadanos.
- Ofrecer al público la posibilidad de transmitir a su vez información de retorno a las instituciones europeas en forma de cuestiones, opiniones y sugerencias (Europa Direct, Planeación).

Para continuar mejorando e impulsando esta actividad económica existen importantes incentivos y ayudas, destinadas a apoyar tanto a emprendedores y empresarios como a sus proyectos empresariales.

Las ayudas a los proyectos empresariales vigentes son:

- Fomento del empleo de jóvenes, mujeres y desempleados en microempresas.
- Ayudas para el fomento de la actividad empresarial en la mujer
- Ayudas para el Fomento empleo (ILE y Base Tecnológica)
- Ayudas a Proyectos de Especial Interés
- Ayudas para el Fomento del Sector de Telemárketing
- Ayudas para empresas generadoras de empleo estable.

La agencia se financia con los fondos de la región y con los fondos procedentes de la Unión Europea.

xvii. Murcia

Instituto de Fomento

Avda. de Fama, 3 30003 Murcia

T: +34 968 36 6843

F: +34 968 36 2822

www.investinmurcia.com

info@investinmurcia.com

INFO INSTITUTO DE FOMENTO REGIÓN DE MURCIA

El Instituto de Fomento, agencia de desarrollo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, es un Ente Público Empresarial adscrito a la Consejería de Universidades, Empresa e Investigación. Su objetivo básico es favorecer la creación de riqueza y empleo y el desarrollo económico regional, promoviendo políticas integrales de apoyo a la pequeña y mediana empresa y desarrollando acciones dirigidas a la mejora de su competitividad.

Las actividades que promueve el INFO son:

- Promover el desarrollo tecnológico, favoreciendo la aplicación e incorporación de las nuevas tecnologías en las empresas.
- Favorecer la expansión internacional de las empresas a través del Plan de Promoción Exterior.
- Ofrecer información útil y actualizada a las pymes y los emprendedores a través de la Red PuntoPyme presente en más de 90 puntos del territorio regional.
- Prestar servicios de consultoría y asesoramiento a las empresas de dentro y fuera de la Región para sus proyectos de inversión.
- Favorecer la expansión internacional de las empresas a través del Plan de Promoción Exterior.
- Ofrecer información útil y actualizada a las pymes y los emprendedores.

El Plan de Promoción Exterior responde a estos nuevos retos tomando como referencia cuatro ejes:

- Información
- Formación
- Promoción
- Financiación

Integrado en estas cuatro líneas maestras, el Plan de Promoción ofrece cerca de cuarenta instrumentos y herramientas para que las empresas ejecuten con éxito la "aventura" de asomarse o consolidarse en los mercados foráneos.

xviii. Navarra

SODENA

Avenida Carlos III el Noble, 36, 1º Dcha. 31003 Pamplona

T: +34 848 421 942

F: +34 848 421 943

www.sodena.com

info@sodena.com

SODENA
Sociedad de Desarrollo de Navarra

Sodena es el principal instrumento del Gobierno de Navarra para el desarrollo empresarial de la Comunidad Foral.

Sodena realiza su actividad bajo la forma jurídica de sociedad anónima, participada mayoritariamente por el Gobierno de Navarra y Nafinco con el 97,66% y el resto 2,44% corresponde al Grupo Corporativo Empresarial de Caja Navarra.

Desempeña su actividad participando activa y significativamente en proyectos empresariales, en sus distintas fases, que contribuyen al desarrollo equilibrado y sostenido de Navarra.

Su principal instrumento financiero para abordar estos proyectos es el capital-riesgo, actividad que desempeña desde su constitución el año 1984.

SODENA actúa más activamente en estas líneas de acción:

- Creación nuevas empresas
- Crecimiento empresas
- Apoyo a la internacionalización

xix. País Vasco

SPRI S.A.

Gran Vía 35, 48009 Bilbao

T: +34-94-403 70 00

F: +34-94-403 70 13

www.spri.net

itellechea@spri.es

El Grupo SPRI, dependiente del Gobierno Vasco, integra los objetivos del Plan Euskadi 2010, Por una parte, aborda el compromiso de extender la cultura emprendedora a toda la sociedad, con especial incidencia en el ámbito universitario.

De forma paralela, acompaña la creación de empresas desde la idea inicial hasta la realización del proyecto, mediante la formación y la aplicación eficaz de todos los instrumentos de apoyo que puedan facilitar el proceso.

Para llevar a cabo esta tarea, SPRI dispone de una serie de instrumentos que bien como programas, bien como sociedades del grupo permiten llevar a cabo los siguientes ayudas:

- Listado de ayudas
- Acceso a Internet y Movilidad con WiFi
- Adecuación de la estructura financiera de empresas industriales - ADEFIN
- Adecuación financiera para autónomos
- Ayudas Financieras a la inversión - AFI
- Barnekintzaile
- Directiv@21
- Ekintzaile
- Emaitek
- Enterprise Europe Network
- Etorgai
- Etortek
- Gaitek
- Gauzatu Implantaciones Exteriores
- Gauzatu Industria
- Gauzatu Turismo
- Hedatu
- Hobeki Digitala
- Innotek
- Itinerarios de Competitividad e Innovación
- Konekta Zaitez Lankidetza
- Líder 21
- Mikroenpresa Digitala
- Modernización del Equipamiento Productivo
- NETs

- Plan Renove Mobiliario
- Plan Resiste: Ayudas a la contratación de asesores financieros externos para empresas en reestructuración
- Programa Innovación Excelente Aldatu
- Reestructuración y relanzamiento de empresas en crisis - Bideratu
- Renove Industria Máquina-Herramienta
- Saiotek

El objetivo estratégico es:

"La generación de iniciativas empresariales e innovadoras es clave para el futuro crecimiento de nuestra comunidad. En la actualidad, los Centros de Empresas e Innovación (CEIs) realizan un papel fundamental como instrumentos de apoyo a las personas emprendedoras, acompañando a lo largo de todo el proceso de maduración y puesta en marcha de nuevas empresas, y facilitando asesoramiento e infraestructuras para ubicación de sus actividades. El Plan Euskadi Sociedad Emprendedora (2004-2007), tiene como objetivo lograr que el mayor número de nuevas iniciativas salgan adelante en condiciones adecuadas. Además establece como eje prioritario la actuación integrada de todos los apoyos públicos existentes y futuros referidos al proceso de la creación de la empresa."

h. Marco Político del Comercio Exterior e Inversión Extranjera

España es una de las principales potencias económicas mundiales y el 4º receptor de IED de entre los países desarrollados (Informe "World Investment Report 2009" (datos de 2008). El atractivo de España para la inversión extranjera no sólo radica en su mercado interior, con una elevada capacidad adquisitiva, sino también a la posibilidad de operar con terceros mercados desde este país. Y ello es así porque España además una

privilegiada posición geoestratégica: pertenece a la Unión Europea y es la puerta de acceso al Norte de África y a Latinoamérica, gracias a los lazos económicos, históricos y culturales, con esta última.

Asimismo, España es una moderna economía basada en el conocimiento, donde los servicios representan un 71,09%2 de la actividad económica. Es un centro de innovación favorecido por la existencia de una población joven altamente cualificada y con costes competitivos.

España es una monarquía parlamentaria. El Rey es el Jefe del Estado, y su principal cometido es arbitrar y moderar el correcto funcionamiento de las instituciones de acuerdo con la Constitución. Asimismo, ratifica los nombramientos de los cargos más representativos en los poderes ejecutivo, legislativo y judicial.

La Constitución de 1978 establece los derechos fundamentales y las libertades públicas y asigna el poder legislativo a las Cortes Generales (Parlamento)5, el poder ejecutivo al Gobierno de la nación y el poder judicial a los jueces y magistrados.

La función legislativa está confiada a las Cortes Generales, que comprenden el Congreso de los Diputados (Cámara Baja) y el Senado (Cámara Alta); los miembros de ambas cámaras se eligen cada cuatro años mediante sufragio universal.

Las Cortes Generales ejercen el poder legislativo, aprueban los presupuestos generales del Estado, controlan la actividad del Gobierno y ratifican los tratados internacionales.

El máximo dirigente del Gobierno es el Presidente del Gobierno, elegido por las Cortes Generales, quien, a su vez, es el encargado de elegir a los miembros del Consejo de Ministros.

Por otra parte, el Gobierno español ha aprobado el anteproyecto de Ley de Economía Sostenible con objeto de promover la inversión, el empleo, la competitividad y el crecimiento económico.

El Gobierno Central y el resto de Administraciones Públicas han desarrollado y consolidado un amplio y completo sistema de ayudas e incentivos, otorgando especial énfasis al fomento del empleo indefinido y a la investigación, desarrollo e innovación tecnológica (I+D+i).

Además, dado que España es un Estado miembro de la Unión Europea, los posibles inversores pueden acceder a programas de ayudas europeos, lo que hace aún más atractiva la inversión en España.

Todas estas medidas de apoyo a la inversión pueden clasificarse en las siguientes categorías:

- Incentivos estatales y regionales para la formación y el empleo.
- Incentivos estatales para sectores específicos.
- Incentivos regionales.
- Incentivos estatales para pequeñas y medianas empresas.
- Incentivos a la internacionalización.
- Ayudas de la Unión Europea.

El gran crecimiento del comercio internacional y las inversiones exteriores en los últimos años ha convertido a España en uno de los países más internacionalizados del mundo.

En cuanto al comercio de mercancías, España es el 17º exportador y 12º importador mundial, mientras que en el comercio de servicios, es el 7º exportador y 9º importador mundial.

Las cuotas de exportación e importación españolas de bienes sobre la cifra mundial ascienden al 1,70% y 2,40% respectivamente. Las cuotas de exportación e importación españolas de servicios sobre la cifra mundial se sitúan en 3,80% y 3,00%.

Los servicios siguen siendo la prioridad en lo que respecta a la creación de un verdadero mercado interior para finales de 2009, mediante la eliminación de los obstáculos normativos y administrativos subsistentes entre los Estados miembros. Las CE han adoptado el paquete de reformas de las telecomunicaciones de 2007 y la Directiva sobre los servicios postales, encaminada a conseguir la plena realización del mercado interior de servicios postales para 2010-2012.

Además, las CE están aplicando la estrategia sobre los servicios financieros para 2006-2010 y el Plan de acción para los transportes para el período 2002-2010. Sin embargo, otros muchos servicios no están sujetos a una política general de mercado interior; entre ellos figuran los de turismo, distribución, construcción, ingeniería y consultoría, certificación y ensayos, así como los prestados por agencias de empleo.

Algunos servicios, como el de las telecomunicaciones, están regulados a nivel comunitario, mientras que otros (como los de enseñanza y de salud) corresponden principalmente a la competencia de los distintos Estados miembros.

Como resultado de las reformas de la política agrícola común (PAC) de 2003, centradas en el tránsito hacia el régimen de pago único, la parte de este régimen correspondiente a las ayudas aumentó del 1% de la estimación de la ayuda total al productor (1.400 millones de euros) en 2004 al 33% (32.400 millones de euros) en 2007. Al mismo tiempo, existe todavía la ayuda por productos específicos vinculada a la producción y/o los precios, si bien a niveles reducidos. Las Políticas Comerciales de la CE, las reformas de su PAC han seguido mejorando la orientación al mercado y la competitividad de los subsectores del azúcar, las frutas y legumbres y hortalizas y el vino. También han sido objeto de nuevas reformas los regímenes de ayuda interna para los plátanos y el algodón.

En 2006, la suma total gastada en la PAC representó el 46% de los gastos comunitarios. Aplicando la definición de la CIIU (Código Industrial Internacional Uniforme-CIIU), el promedio aritmético de los aranceles NMF para la agricultura, la caza, la silvicultura y la pesca es del 9,3% (un descenso con respecto al 10,9% de 2006). No obstante, todos los productos cuyos tipos arancelarios superan el 100% siguen siendo agrícolas (definición de la OMC). Además, los productos agrícolas siguen estando protegidos por una compleja estructura arancelaria,

por contingentes arancelarios y por medidas sanitarias y fitosanitarias, y siguen recibiendo subvenciones a la exportación. En cuanto a los productos de la pesca, algunos de los contingentes arancelarios están sujetos a un mecanismo de precios de referencia, en virtud del cual el beneficio del arancel aplicable dentro del contingente no se otorga si el precio de importación es inferior al precio de referencia.

El sector manufacturero sigue siendo uno de los principales beneficiarios de la ayuda estatal. Debido a que el crecimiento de la productividad de este sector ha ido disminuyendo, desde 2005 se aplica una nueva política industrial que, conjuntamente con las medidas adoptadas a nivel de los Estados miembros, está destinada a promover la competitividad del sector. Los aranceles NMF sobre las importaciones de manufacturas son, en promedio, de un 6,7% (en 2006 eran del 6,8%).

En general, en las industrias que requieren insumos que son también producidos por las CE, el arancel muestra una progresividad mixta; debido a la falta de competitividad, resultante en parte de la elevada protección arancelaria de las industrias que transforman estos insumos, las exportaciones de sus productos requieren subvenciones. En aquellas industrias que requieren insumos (en particular determinados productos agropecuarios y minerales) que no son producidos en las CE, el arancel muestra una progresividad positiva, a saber, una elevada tasa efectiva de protección.

Los artículos del Tratado de la Comunidad Europea que constituyen la base jurídica sobre la que se asienta la política comercial común, y de los que se deriva el reparto de competencias en esta materia, son el artículo 2, el 3, y los que integran el título VII, relativo a la política comercial común (artículos 110 a 115). A ellos hay que añadir los artículos 228 y 238 en relación con los acuerdos internacionales. La política comercial común se establece principalmente en el artículo 133 del Tratado CE. Su objetivo es contribuir al interés común mediante el desarrollo del comercio mundial, la supresión progresiva de las restricciones sobre el comercio internacional y la reducción de los obstáculos al comercio.

La Comunidad tiene la competencia exclusiva para los asuntos comprendidos en el ámbito del GATT de 1994 (comercio de bienes), y comparte la competencia con los Estados miembros en los asuntos comprendidos en el ámbito del Acuerdo General sobre Servicios, si bien no hay una división de competencias estrictamente delimitada. En la OMC, la Comisión se expresa en nombre de la Comunidad y consulta de manera activa con todos los Estados miembros.

El sector servicios es la actividad económica más importante de la CE, con una participación del 70% en el valor añadido bruto (VAB) y en el empleo. El sector manufacturero representa aproximadamente un cuarto del VAB,

sin embargo, su contribución ha disminuido por sus desplazamientos geográficos. Por esto mismo, desde el año 2005, la CE aplica una política industrial dirigida a mejorar la competitividad.

En el ámbito de las inversiones, España se posiciona como uno de los principales receptores a nivel mundial. Concretamente, en 2008, según la UNCTAD, España fue el 6º país del mundo que más IED recibió, 4º en la UE.

Por otro lado, España también es uno de los principales emisores mundiales de IED: 77.000 millones de USD en 2008, 8º inversor mundial.

i. Actores responsables de la Política Comercial y la Inversión Extranjera

El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio es el departamento de la Administración General del Estado encargado de la propuesta y ejecución de la política del Gobierno en materia de desarrollo e innovación industrial, política comercial, de la pequeña y mediana empresa, energética y minera, de turismo, de telecomunicaciones, medios audiovisuales y de desarrollo de la sociedad de la información. (Ref. Anexo 1)

Asimismo, corresponde al Ministro de Industria, Turismo y Comercio la propuesta al Gobierno de la posición española en el ámbito internacional en las materias propias el departamento.

Además, el país cuenta con una red de oficinas económicas y comerciales en el exterior adscritas al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

El Ministerio cuenta con una Secretaría de Estado de Comercio, bajo la cual se encuentra la Dirección General de Política Comercial. (Ref. Anexo 1)

j. Marco Jurídico y Fiscal de la Inversión Extranjera

La legislación sobre inversiones extranjeras se basa en el Real Decreto 664/1999, el cual liberalizó prácticamente en su totalidad este tipo de operaciones (con las peculiaridades y excepciones que se comentan a continuación), adaptando la normativa interna española a las normas sobre libertad de movimientos de capitales contenidas en los artículos 56 y siguientes del Tratado de la Unión Europea. (Ref. Anexo 1)

Los aspectos más destacables de la regulación aplicable son los siguientes:

- Las inversiones exteriores quedan sometidas sólo, por regla general, a su declaración a posteriori, una vez materializada la inversión. Las únicas excepciones son las relativas a (i) las inversiones desde paraísos fiscales, que, en general, están sujetas además a declaración previa; y (ii) las inversiones extranjeras en actividades directamente relacionadas con la defensa nacional y las inversiones en inmuebles por parte de Estados no miembros de la Unión Europea para sus sedes diplomáticas, que están sujetas a autorización previa del Consejo de Ministros.

- Salvo norma expresa en sentido contrario, las inversiones extranjeras no deben formalizarse ante fedatario público español.

- Únicamente, las inversiones extranjeras en los sectores del transporte aéreo, radio, materias primas, minerales de interés estratégico y derechos mineros, televisión, juego, telecomunicaciones, seguridad privada, fabricación, comercialización o distribución de armas y explosivos, y actividades relacionadas con la defensa nacional (esta última sometida además a un régimen de autorización) se ajustarán a los requisitos exigidos por los órganos competentes establecidos en la legislación sectorial específica, sin perjuicio de que les sean aplicables las normas generales una vez cumplidos dichos requisitos.

Los Inversores podrán ser:

- Personas físicas no residentes (es decir, españoles o extranjeros domiciliados en el extranjero, o que tengan allí su residencia principal).
- Personas jurídicas domiciliadas en el extranjero.
- Entidades públicas de soberanía extranjera.

No se considera como sujeto inversor a una sociedad española que esté participada mayoritariamente por capital extranjero. El cambio de domicilio social de personas jurídicas o el traslado de residencia de personas físicas determinarán el cambio en la calificación de una inversión como española en el exterior o extranjera en España.

Por otro lado, algunas esferas, como los procedimientos aduaneros, la tributación interior, los incentivos y los obstáculos técnicos al comercio todavía no están totalmente armonizadas. La estructura del arancel de NMF común de las CE, que básicamente no ha cambiado en los últimos años, sigue siendo compleja. Comprende tipos ad valorem y tipos no ad valorem. Los derechos no ad valorem (el 10,1 % de todas las líneas arancelarias) son específicos (el 6,5 %), compuestos (el 2,9 %) y mixtos o variables en función de determinados rangos de precios

de entrada (el 0,8 %). Los tipos no ad valorem se aplican principalmente a los productos agrícolas (definición de la OMC), muchos de los cuales también están sujetos a contingentes arancelarios. El promedio de los aranceles NMF aplicados ha descendido ligeramente, del 6,7 al 6,9 % (en 2006), con tipos que abarcan desde el 0 % hasta el 604,3 % (equivalente ad valorem (EVA) aplicado a la isoglucosa (SA 1702.40.10)); los productos agrícolas siguen siendo objeto de los tipos más altos.

Se mantienen prohibiciones de importación y medidas de vigilancia por razones de seguridad, técnicas, sanitarias, fitosanitarias y ambientales, entre otras, y en virtud de tratados y convenios internacionales. Hacen falta licencias de importación para los productos que están sujetos a restricciones cuantitativas, contingentes arancelarios o medidas de salvaguardia, o bien con fines de control y vigilancia de las importaciones.

Probablemente el nivel actual de protección arancelaria para los productos agrícolas sea más elevado que el nivel calculado con los EAV debido a diversas simplificaciones (por ejemplo, la no inclusión en los cálculos de líneas arancelarias no ad valorem para las que no se disponía de datos sobre las importaciones o de los componentes no ad valorem de determinadas líneas).

Por consiguiente, es probable que el nivel estimado de protección arancelaria global también esté por debajo del nivel real. La amplia red de acuerdos comerciales preferenciales de las CE, y junto con ella su sistema de preferencias unilaterales, añaden complejidad a su régimen arancelario. El impuesto sobre el valor agregado (IVA) y los impuestos especiales de consumo se aplican, con los mismos tipos, a los productos de importación y a los de producción local (el IVA también se aplica a los servicios); estos tipos son fijados por los Estados miembros y no están armonizados a nivel comunitario.

No se han introducido modificaciones en la legislación de las CE sobre medidas comerciales correctivas. Las CE siguen siendo un usuario destacado de medidas comerciales correctivas especiales; con todo, el número de medidas especiales notificadas por las CE a la OMC ha descendido desde 2005. Aún está en marcha la armonización de los requisitos técnicos (incluidos los reglamentos técnicos, las normas y las medidas sanitarias y fitosanitarias) entre los Estados miembros.

No ha habido ningún cambio importante en los regímenes de las CE en relación con las prohibiciones, las restricciones o las licencias de exportación desde el 2009. Se requiere una autorización o licencia de exportación para los bienes culturales y determinados productos agropecuarios y para controlar las exportaciones de productos y tecnologías de doble uso. Las CE siguen subvencionando las exportaciones de cierto número de productos agrícolas. Los programas de ayudas y subvenciones (tanto los de la Comunidad como los de los Estados

miembros) notificados a la OMC pueden agruparse en cuatro categorías principales: medidas estructurales; política agrícola común (PAC); programas industriales; y otros programas como los de ayuda a las PYME, a las empresas conjuntas, y a la pesca y la acuicultura.

La legislación de las CE en materia de contratación pública, en el año 2004 se simplificó el marco jurídico y se adaptó a la era electrónica. Tampoco ha habido cambios importantes en el régimen de las CE en materia de competencia; las medidas de aplicación de la ley de competencia se centran en la eliminación de los carteles y de los abusos de posición dominante.

El régimen de derechos de propiedad intelectual se sigue rigiendo tanto por la legislación comunitaria como por la legislación de los Estados miembros. En cuanto a la protección de la propiedad intelectual, un nuevo marco jurídico para la protección mediante patente debería simplificar el proceso de obtención de la protección. Se ha modificado la reglamentación en materia de marcas de fábrica o de comercio y de obtenciones vegetales y se han refundido en una sola ley la legislación relacionada con el plazo de protección de los derechos de autor y derechos conexos y los derechos de alquiler y préstamo. Se han promulgado nuevos reglamentos para proteger las indicaciones geográficas de los vinos y las bebidas espirituosas.

Dentro de los incentivos a la inversión están:

- Fondos estructurales de la UE 2007-2013, los cuales, junto con el Fondo de Cohesión, son los instrumentos financieros de la política regional de la Unión Europea (UE), encaminada a reducir las diferencias de desarrollo entre las regiones y los Estados miembros. Los Fondos contribuyen así plenamente al objetivo de cohesión económica, social y territorial. Para dicho período, la dotación financiera asignada a la política regional asciende a casi 348,000 millones de euros: 278,000 millones para los Fondos Estructurales y 70,000 millones para el Fondo de Cohesión. Esta política representa un 35% del presupuesto comunitario, por lo que constituye la segunda partida presupuestaria más importante.
- Zonas Económicas Especiales (ZEE).
- Instrumentos del mercado laboral. Incentivos estatales para la formación y el empleo. Los incentivos que forman parte de la política de promoción de empleo del Gobierno pueden significar un importante ahorro de costes.
- Líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales.

k. Relaciones Comerciales Internacionales

Los países miembros de la CE siguen siendo el comerciante de servicios más importante del mundo y el principal origen y destino de la inversión extranjera mundial. Representa alrededor del 40% de ingresos en IED y el 50% de las inversiones extranjeras en el exterior.

El tratado de Niza del año 2001 aún rige la política comercial comunitaria y entre sus objetivos están:

- La supresión progresiva de las restricciones a los intercambios internacionales y
- la reducción de barreras arancelarias.

Estos objetivos se realizan a nivel multilateral, bilateral y unilateral.

La CE ha ampliado su red de acuerdos comerciales preferenciales y entre ellos están: la Comunidad Andian, ASEAN, America Central, los Estados del Golfo, el MERCOSUR, los países Mediterráneos y los Acuerdos de Asociación Económica con las regiones de África, el Caribe y el Pacífico.

La CE otorga como mínimo un trato de NMF a los miembros de la OMC y concede preferencias unilaterales mediante el Sistema Generalizado de Preferencias – SGP. (Ref. Anexo 1)

2. COLOMBIA

La Política Económica Exterior es, en el caso de Colombia, competencia del Gobierno de la República de Colombia, coordinadas por el Ministerio de Comercio, Turismo e Industria y ejecutada a través de diferentes entes u organismos

La política económica exterior del Gobierno de Colombia, forma parte de las funciones del Ministerio de Economía de dicho país, cuyo sitio web es www.mincomercio.gov.co/eContent/home.asp

La administración pública del Gobierno de Colombia, integra el Sector de Comercio Exterior, que a su vez está conformado por el conjunto de organismos de carácter público que participan en el diseño y ejecución de la política de comercio exterior de bienes, servicios y tecnología y por las instituciones de carácter privado o mixto que desarrollan actividades de comercio exterior o relacionadas con éste.

Las entidades que pertenecen al sector de comercio exterior ejercen sus funciones de acuerdo con la política formulada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Una de las prioridades expresadas por el Ministerio de Comercio Turismo e Industria, es la internacionalización de la economía.

El Ministerio de Economía, Industria y Turismo de Colombia (MCIT) y sus organismos asociados tienen como objetivos fundamentales hacer de Colombia un país con mayor nivel de competitividad, lograr un mayor crecimiento económico y un mayor bienestar para su población (MCIT, Planeación estratégica sectorial).

El sector comercio, industria y turismo, bajo la coordinación del Ministerio, elaboró de manera concertada la Planeación Estratégica Sectorial 2007 – 2010, que ha establecido 5 objetivos estratégicos:

1. Internacionalización de la Economía
2. Transformación Productiva
3. Colombia destino Turístico de Clase Mundial
4. Gestión del Desempeño
5. Comunicación e Imagen

Los primeros tres objetivos son misionales, es decir que apuntan al cumplimiento del que hacer del sector y los dos siguientes son transversales, o sea, que se constituyen en el apoyo requerido para tener un mayor impacto en los objetivos misionales.

Para cada objetivo se definieron estrategias que a su vez contienen una serie de iniciativas que apuntan hacia el cumplimiento de las mismas, para lo cual se definieron metas anuales y cuatrienales.

Una de las prioridades expresadas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, es la internacionalización de la economía.

Concretamente, respecto a la internacionalización de la economía, se definieron los siguientes ejes de acción o iniciativas:

- Identificar nuevas e innovadoras iniciativas para que las exportaciones crezcan.
- Aumentar la proporción de exportaciones de valor agregado preferiblemente en sectores generadores de empleo.
- Aprovechar nuevos acuerdos comerciales y mercados de destinos. [9]

Entre los mercados destino para sus exportaciones enumeran como prioridad: Reino Unido y Alemania.

Las políticas de comercio exterior se sintetizan en el siguiente esquema:

[9] MCIT, Planeación estratégica sectorial.

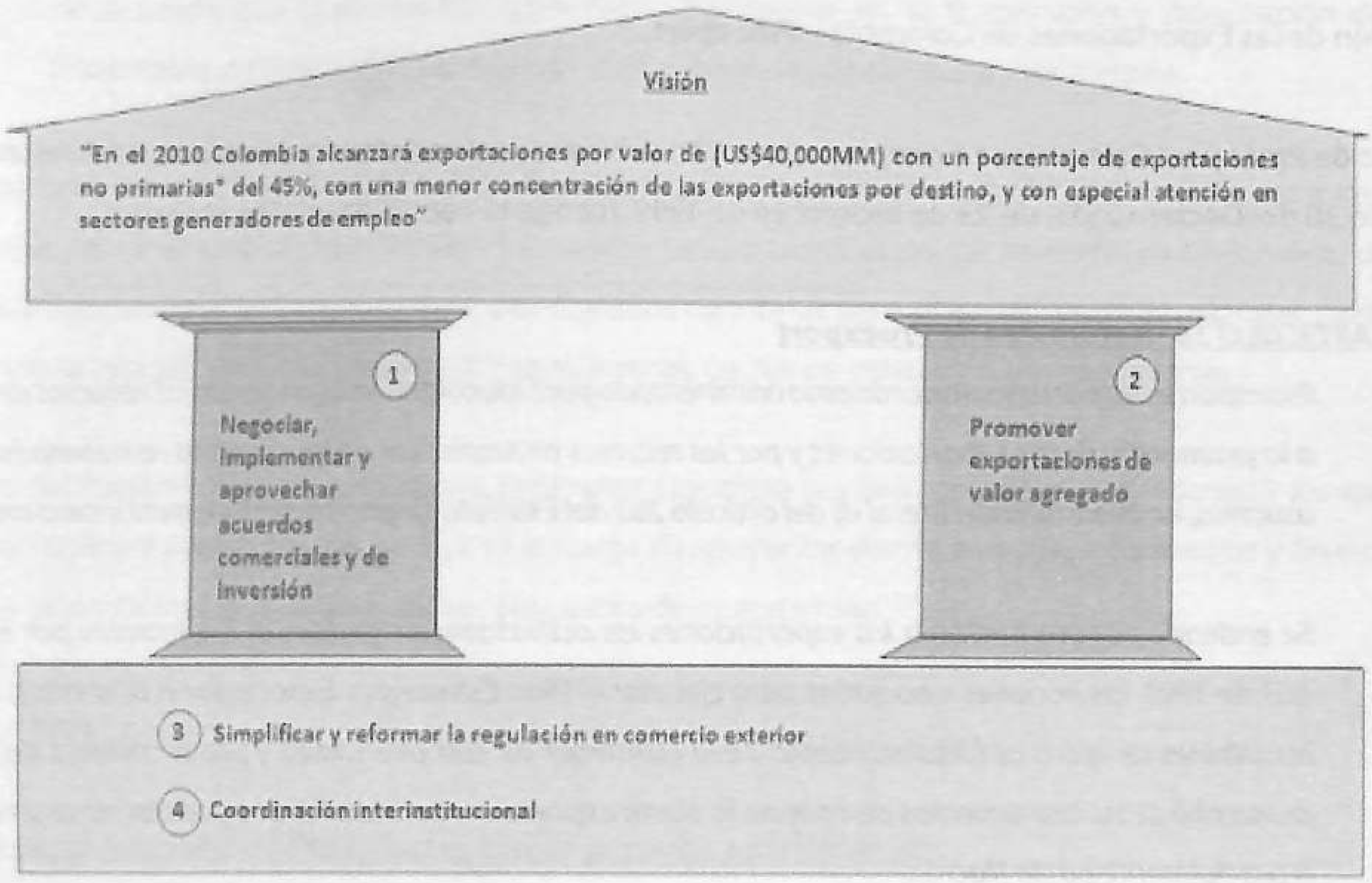


Ilustración 2 - Fuente: MCIT, Planeación estratégica sectorial.

Las funciones correspondientes a la Promoción de Exportaciones y Captación de Inversión son ejecutadas por los siguientes órganos:

- Proexport Colombia
- BANCOLDEX

Bajo el esquema de internacionalización de la economía colombiana la labor de promoción de exportaciones está dividida en dos áreas: la promoción financiera y la no financiera. El área de promoción financiera la realiza Bancoldex y la no financiera Proexport Colombia.

PROEXPORT COLOMBIA

a. Organismo

ProExport Colombia es la organización encargada de la promoción comercial de las exportaciones no tradicionales, el turismo internacional y la Inversión Extranjera en Colombia.

Las funciones inherentes a la promoción del comercio exterior, las políticas de atracción de inversiones, las

directrices de los institutos de apoyo para desarrollar estas funciones, son responsabilidad del Instituto de Promoción de las Exportaciones de Colombia – ProExport. [10]

Los actos de ProExport Colombia se rigen por el derecho privado, y son orientados por su Junta Asesora.

El artículo 30 del Decreto 2553, de 23 de diciembre de 1999, recoge la naturaleza del organismo:

ARTÍCULO 30° Naturaleza de Proexport

Proexport es un patrimonio autónomo administrado por Fiducoldex, integrado con los recursos destinados a la promoción de las exportaciones y por los recursos provenientes de los servicios remunerados por sus usuarios, en desarrollo del literal d) del artículo 282 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero.

Se entiende por promoción a las exportaciones las actividades asignadas al fideicomiso por el Decreto 663 de 1993, las acciones necesarias para ejecutar el Plan Estratégico Exportador a diez años, así como las labores dirigidas al fortalecimiento de la estrategia de competitividad y productividad del país y al desarrollo de los instrumentos de apoyo a la oferta exportable, actividades que podrán ser asumidas total o parcialmente por la Nación.

Los principales objetivos de ProExport son:

- Mejorar la percepción de Colombia a nivel nacional e internacional, a través de la estrategia de competitividad Imagen País, con el fin de facilitar el desarrollo de oportunidades de Inversión Extranjera, Turismo y Exportaciones.

- Promover la inversión y facilitar que inversionistas extranjeros visiten Colombia, e inviertan en especial en sectores que generen transformación productiva en el País.

- Promover a Colombia como destino Turístico Vacacional y Corporativo. Lograr que se realicen "congresos" internacionales en Colombia y que más viajeros internacionales visiten Colombia.

- Promover a Colombia como proveedor de bienes y servicios en los mercados internacionales,

[10] Para mayor detalle se sugiere consultar:
http://www.proexport.com.co/VBeContent/home.asp?language=SP&idcompany=16

de acuerdo con la demanda. Contribuir activamente en la Preparación y Adecuación de Oferta Exportable de bienes, en especial de valor agregado, de servicios y de turismo.

Este organismo a su vez coordina proyectos y programas específicos de acuerdo a las actividades a desarrollar: Por ejemplo, para el caso de la inversión extranjera, proporciona el portal **Invierta en Colombia**, donde se presenta información económica, social y demográfica de interés para el inversionista, las razones para invertir destacando la imagen país, cuáles son sus zonas francas, costos de operación y cómo invertir.

En el caso del fomento a las exportaciones, ProExport Colombia también coordina las funciones y los apoyos del Programa Público Expopyme, mismo que se encarga de apoyar mediante asesoría, información y financiación a las Pymes colombianas que reúnen ciertos requisitos de operatividad. [11]

b. Estructura

El organigrama funcional de Proexport es que se presenta a continuación:

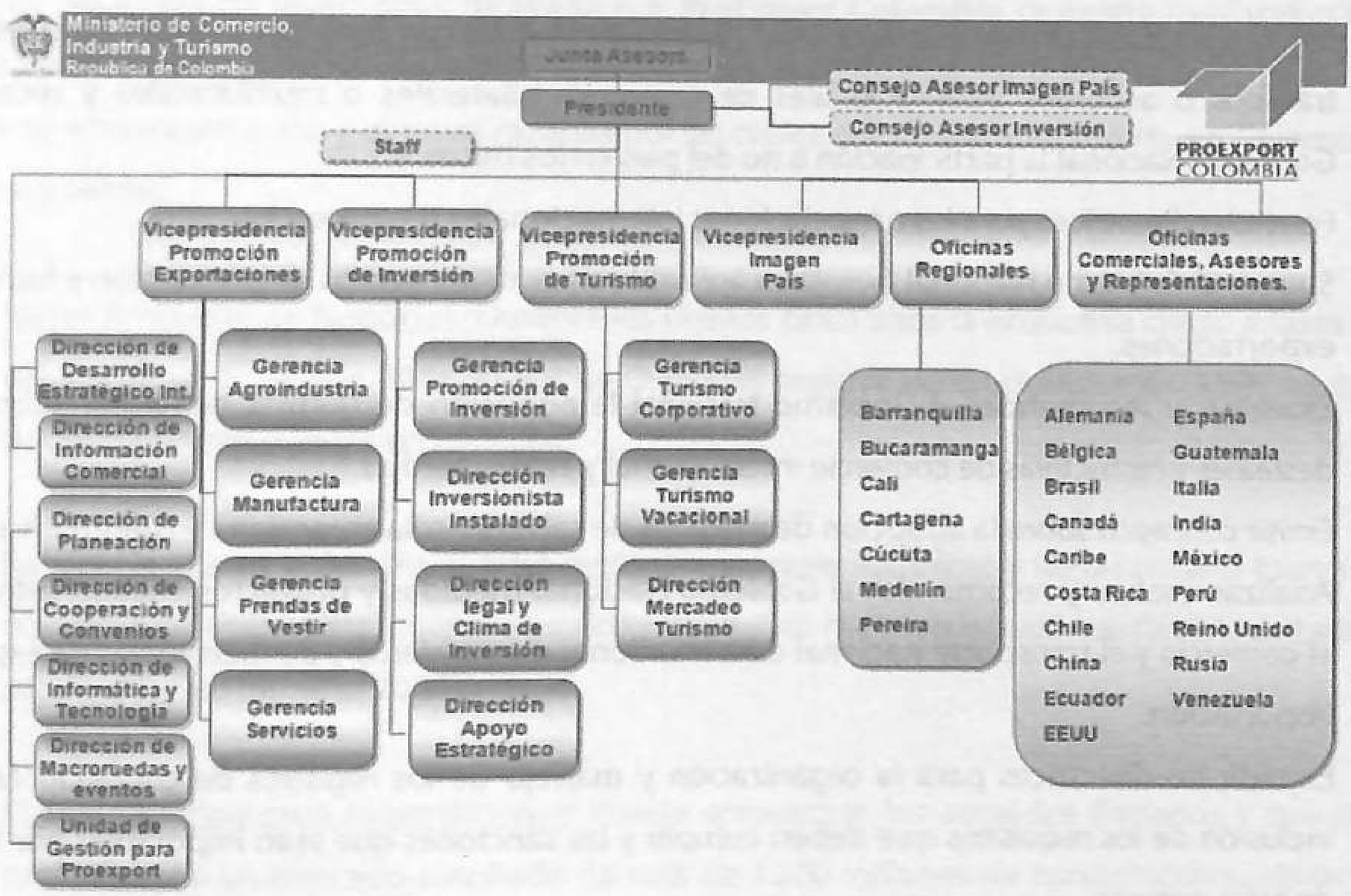


Ilustración 3 - Organigrama ProExport Colombia. Fuente: ProExport

[11] Para mayor detalle consultar www.inviertaencolombia.com

c. Estrategia

Las directrices del comercio exterior y las prioridades en la política de atracción de inversión extranjera directa son funciones del Consejo Superior de Comercio Exterior, que es un organismo asesor del Gobierno Nacional de Colombia, en todos aquellos aspectos que se relacionen con el comercio exterior y la competitividad de las empresas del país.

Son funciones del Consejo Superior de Comercio Exterior del Gobierno de Colombia:

- "Recomendar al Gobierno Nacional la política general y sectorial de comercio exterior de bienes, tecnología y servicios, de inversión extranjera y de competitividad en concordancia con los planes y programas de desarrollo del país.
- Recomendar los lineamientos de las políticas arancelaria, aduanera, de valoración, de los regímenes aduaneros y de los procedimientos de importación y exportación.
- Asesorar al Gobierno Nacional en las decisiones que éste debe adoptar en los organismos internacionales encargados de asuntos de comercio internacional.
- Emitir concepto, previa consulta al Ministerio de Relaciones Exteriores, sobre la celebración de tratados o acuerdos internacionales de comercio, bilaterales o multilaterales y recomendar al Gobierno Nacional la participación o no del país en los mismos.
- Formular directrices para las negociaciones internacionales de comercio.
- Sugerir al Gobierno Nacional la política aplicable a los instrumentos de promoción y fomento de las exportaciones.
- Examinar y recomendar al Gobierno Nacional la adopción de normas generales sobre prácticas desleales y restrictivas de comercio internacional y salvaguardias.
- Emitir concepto sobre la adopción de medidas de salvaguardia arancelaria y cuantitativa.
- Analizar, evaluar y recomendar al Gobierno Nacional medidas y proyectos encaminados a facilitar el comercio y el transporte nacional e internacional de pasajeros y de mercancías de exportación e importación.
- Expedir las directrices para la organización y manejo de los registros de comercio exterior, con inclusión de los requisitos que deben cumplir y las sanciones que sean imponibles por la violación de tales normas.
- Expedir su propio reglamento." [12]

[12] Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, funciones del Consejo Superior de Comercio Exterior.

En ese sentido, puede apreciarse la intención de integrar desde las políticas públicas, la estrategia de Comercio Exterior e Inversión Extranjera directa al programa económico nacional.

Respecto a la definición de los temas prioritarios del Consejo de Comercio Exterior, el Presidente del Banco de Comercio Exterior, el Presidente de ProExport, los Directores Generales de Comercio Exterior, así como los Ministros y funcionarios nacionales podrán asistir a las sesiones del Consejo cuando sean invitados en función de los temas a tratar y participarán en las deliberaciones con voz pero sin voto.

En ausencia del Presidente de la República, El Consejo Superior de Comercio Exterior será presidido por el Ministro de Comercio Exterior.

Los documentos que sirvan de base para las deliberaciones del Consejo Superior de Comercio Exterior deberán ser presentados y elaborados por sus asesores a solicitud de cualquiera de sus miembros y por intermedio del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

La política de atracción de inversiones diseñada por ***ProExport Colombia*** se centra fundamentalmente en destacar los valores de sus principales ciudades y al mismo tiempo en mejorar la imagen país, promoviendo en su página web esta información y algunas razones por las cuales es conveniente invertir en Colombia, mismas que son las siguientes:

- Mejor Ambiente de Negocios: Durante los últimos cinco años la economía creció a tasas superiores del 4% anual. En el año 2008, el PIB de Colombia registró un crecimiento de 2,5%, un crecimiento positivo durante la recesión mundial.

- Recurso Humano: Colombia es líder regional en emprendimiento y tiene la mayor fuerza laboral en crecimiento según el IMD 2009; cuenta con el segundo régimen laboral más flexible de Latinoamérica según el Banco Mundial 2008.

- Plataforma Ideal para Exportaciones: Puede aprovechar los acuerdos firmados y que dan acceso preferencial a un mercado ampliado de más de 1.200 millones de consumidores, situación que se favorece con la posición geoestratégica del país.

- Incentivos a Inversionistas: Somos el país con mejor entorno de negocios de Latinoamérica según el Doing Business 2010. Entre los cuales están:

- Zonas Francas: más competitivas de Latinoamérica que dan un 50% de descuento en el impuesto de renta permitiendo ventas en el mercado local y establecimiento en cualquier lugar del país.
- Contratos de estabilidad jurídica
- Deducción al impuesto de renta el 30% del costo de la maquinaria comprada,
- Exención del impuesto de renta para proyectos en turismo, y cultivos de tardío rendimiento.
- Calidad de Vida: en Colombia existen tres universidades en el top 30 de Latinoamérica, 26 colegios inscritos al SAT Reasoning Test, 19 al International Baccalaureate Organization (IBO) y hay más de 45 campos de golf de 18 hoyos. [13]

Asimismo, las políticas de promoción de la inversión extranjera en Colombia, se realizan a nivel sectorial, para lo cual, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha desarrollado la política de transformación productiva, la cual se basa en dos estrategias: "Más y mejor de lo bueno" y "Sectores nuevos y emergentes para alcanzar un crecimiento sostenido de la economía y el empleo."

Los sectores de interés del MCIT para la promoción de las inversiones en Colombia son los siguientes:

- Agroindustria
- Infraestructura
- Manufacturas
- Servicios
- Turismo

En estos sectores, los subsectores particulares son:

- Tercerización de procesos de negocio (BPO)
- Software
- Turismo de salud
- Cosméticos
- Autopartes
- Textil
- Industria de la comunicación gráfica
- Energía eléctrica, bienes y servicios conexos. [14]

[13] ProExport Colombia, portal de inversión.
[14] Proexport, Portal Invierta en Colombia

No existe una especificación concreta sobre si los apoyos se dirigen a proveedores nacionales, únicamente se especifica el tratamiento de "PYMES colombianas con vocación exportadora"

La definición de los sectores específicos con vocación exportadora considera:

> "Es importante para el país identificar nuevas e innovadoras iniciativas que permitan el crecimiento de las exportaciones, aumentando la proporción de exportaciones de valor agregado, para lo cual la profundización comercial y la diversificación de la composición de destinos serán fundamentales." [15]

Considerando las estrategias expresadas en el portal de Invierta en Colombia, se definen como sectores con vocación exportadora:

- La agroindustria
- Minería
- Manufacturas
- Textil
- Autopartes

El sector de Tercerización de Procesos de Negocio (BPO) en el país, ofrece las siguientes ventajas:

- Áreas potenciales: atención al cliente, compras, finanzas, contabilidad y recursos humanos.
- Entre las razones de localización de compañías europeas y americanas se encuentra la proximidad geográfica, afinidad cultural, costos de mano de obra inferiores entre 20% y 40% a los de estas regiones.
- Capacidad de proveer servicios de diferente valor agregado, desde el más básico hasta el más especializado.
- La disponibilidad de Recurso Humano más alta de Latinoamérica (IMD,2008).
- Infraestructura de talla mundial, un millón de megas de capacidad.
- Analistas financieros e ingenieros de sistemas son los más baratos de la región hasta en un 78%. [16]

[15] Programa Generar mayor impacto exportador, MCIT.
[16] www.inviertaencolombia.com

d. Programas, Acciones y Servicios

- ***Programa ExpoPYME***

El Gobierno de Colombia, de acuerdo con el Plan de Desarrollo Exportador, pone a disposición del pequeño y mediano empresario colombiano, un innovador programa de desarrollo denominado EXPOPYME, el cual otorga a las PYMES un apoyo integral y dirigido para posicionar exitosamente sus productos en los mercados extranjeros.

EXPOPYME es un programa fruto del acuerdo de todas las instituciones nacionales que se mueven en el ámbito de la promoción del comercio exterior, principalmente el Ministerio de Comercio Industria y Turismo. El programa también busca promover el desarrollo de nuevos productos, procesos productivos y métodos de gestión destinados a la exportación, a través de metodologías e instrumentos de apoyo diseñados por el programa. Para garantizar una cobertura nacional y el desarrollo efectivo de las diferentes etapas del programa, EXPOPYME trabaja de la mano de diferentes universidades, quienes se encargan de brindar a las empresas el acompañamiento continuo para el diseño exitoso del PLAN EXPORTADOR.

Actualmente se encuentran participando activamente en el programa los siguientes centros educativos:

- Universidad EAFIT en Medellín
- Universidad ICESI en Cali y Eje Cafetero.
- Universidad del Norte en la costa Atlántica
- Universidad del Rosario en Bogotá Boyacá y Bucaramanga.
- Universidad Externado de Colombia en Bogotá.

Por su parte, Proexport pone a disposición de las empresas que participen en EXPOPYME la asesoría de consultores profesionales designados por las universidades para el desarrollo del programa, formados especialmente para asistir a las PYMES durante todo el proceso, brindando la infraestructura de servicios necesaria para el buen desarrollo del mismo.

Expopyme tiene la finalidad de preparar efectivamente a las Pymes, para lograr su eficiencia en el proceso de internacionalización.

Con la finalidad de que los apoyos tengan una cobertura nacional, Expopyme coordina a su vez otras instituciones operadoras de apoyo que faciliten esta tarea.

Los objetivos centrales de los organismos de apoyo a las Pymes seleccionadas son:

- Identificar las brechas de la empresa con miras a atender la demanda internacional.
- Implementar procesos de mejora para cubrir las necesidades de las empresas, a través de una preparación adecuada para cumplir con la demanda.
- Diseñar el plan exportador de las empresas seleccionadas. " [17]

Los requisitos para las Pymes interesadas en participar en los apoyos de Expopyme están enmarcados en la Ley 905 del año 2004, y son los siguientes:

Mediana empresa:

a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores.
b) Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000)

Salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Pequeña empresa:

a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores.
b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) Salarios mínimos mensuales legales vigentes.

e. Seguimiento

El seguimiento de los objetivos anteriormente mencionados, y la evaluación periódica de los resultados están a cargo de un organismo público autónomo, el Sistema de Gestión y Seguimiento a las Metas del Gobierno (SIGOB), que funge directamente como evaluador de los resultados esperados en cada uno de los programas de ProExport y del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Por ejemplo, la internacionalización de las empresas colombianas, se evalúa considerando el número de empresas con potencial exportador y el número de empresas que efectivamente lograron incursionar en el mercado exterior y el monto asignado a los proyectos, su uso y aplicación, sirve como referencia para planear los recursos destinado para el año siguiente

17/ Proexport Colombia, Objetivos del programa.

Empresas exportadoras de Colombia 2006 2010			
Periodo	**Meta**	**Resultado**	**Avance**
Resultado año 2006		1.508	
AÑO 2007	1.425	1.655	116,14 %
AÑO 2008	1.665	1.625	97,6 %
AÑO 2009	1.602	1.552	96,88 %
AÑO 2010 (Enero a Agosto)	870	- -	- -
AÑO 2010	1.630	- -	- -
Cuatrienio:	6.508	5.725	87,97 %

Tabla 2 - Fuente: Elaboración propia con datos del SIGOB.

Monto de los proyectos de Inversión Extranjera que han iniciado los inversionistas atendido por Proexport 2006-2010			
Periodo	**Meta**	**Resultado**	**Avance**
Resultado año 2006	N/D	N/D	N/D
AÑO 2007	N/D	N/D	N/D
AÑO 2008	N/D	N/D	N/D
AÑO 2009	945	1.050,1	111,12 %
AÑO 2010 (Enero a Agosto)	400	- -	- -
AÑO 2010	945	- -	- -
Cuatrienio:	1.890	1.050,1	55,56 %

Tabla 3 - Fuente: Ibíd.

Asimismo, este organismo evalúa cada uno de los capítulos que conforman el Plan Nacional de Desarrollo de Colombia a través de las instituciones públicas responsables de su ejecución. Como se ha descrito anteriormente, la Política económica y de internacionalización del país son funciones del Ministerio de Comercio, industria y Turismo. De acuerdo con información del SIGOB, a partir del año 2007, los resultados obtenidos han superado las metas en materia de fomento a las exportaciones.

Metas y Resultados en las exportaciones colombianas 2006-2010			
Periodo	**Meta**	**Resultado**	**Avance**
Línea de base cuatrienio			
Resultado 2006		24.391	
Año 2007	27.611	29.991	108,62 %
Año 2008	31.255	37.626	120,38 %
Año 2009	35.381	32.853	92,85 %
Año 2010 (Enero-Agosto)	22.695	2.913	12,84 %
Año 2010	40.000	2.913	7,28 %
Cuatrienio	40.000	32.853	82,13 %

Tabla 4 - Fuente: Elaboración propia con datos de SIGOB.

Nota: Las cifras representan las exportaciones de Colombia y son en Millones de Dólares. La fecha de corte de actualización de la página es 31/01/2010 y la fecha de consulta fue el 10/03/2010.

Metas y Resultados en la atracción de inversión extranjera en Colombia 2006-2010			
Periodo	**Meta**	**Resultado**	**Avance**
Línea de base cuatrienio			
Resultado 2006		6.464	
Año 2007	7.621,6	9.040	118,61 %
Año 2008	8.988,1	10.564	117,53 %
Año 2009	10.599,6	6.445,5	60,81 %
Año 2010 (Enero-Agosto)	7.113		
Año 2010	12.500		
Cuatrienio	12.500	6.445,5	51,56%

Tabla 5 - Fuente: Ibíd

Nota: Las cifras representan las exportaciones de Colombia y son en Millones de Dólares. La fecha de corte de actualización de la página es 31/01/2010 y la fecha de consulta fue el 10/03/2010.

f. Financiación

La financiación de los proyectos de exportación de las PYMES colombianas seleccionadas por el Programa Expopyme, proviene de recursos públicos. Las instituciones públicas, universidades públicas, prestan sus servicios gratuitamente o mediante un costo de recuperación simbólico. Las empresas de consultoría de origen privado y otros organismos de las Cámaras cobran sus servicios dependiendo del tipo de empresa y el proyecto a realizar.

Otro organismo público de financiación de los proyectos es el Banco de Comercio Exterior de Colombia (Bancoldex).

La estrategia de financiación de las PYMES exportadoras busca dar prioridad a la capacitación, divulgación y promoción de los productos de Bancoldex entre los intermediarios financieros con vocación en atención a Pymes.

De acuerdo con datos del organismo, entre enero y febrero del año 2010 Bancoldex desembolsó a pymes un total de $217.900 millones de pesos colombianos, este nivel de desembolsos se alcanzó con un total de 2.107 operaciones.

Los sectores más dinámicos por monto desembolsado han sido los de Servicios, Comercio, el de Metalurgia y metalmecánica, el Químico, plástico y petróleo y el Agropecuario y agroindustrial.[18]

g. Marco Político del Comercio Exterior e Inversión Extranjera

Colombia es miembro fundador de la OMC y se rige por los acuerdos multilaterales que tienen el mismo rango que las leyes ordinarias. Formula su política comercial predominantemente a nivel nacional. Le da alta prioridad a la conclusión de acuerdos preferenciales de comercio. En el año 2008 concluyó negociaciones comerciales con los Estados Unidos, su mayor socio comercial, y en el 2009 con Centroamérica.

El objetivo del gobierno ha sido consolidar un clima macroeconómico a través de la puesta en marcha de un plan de austeridad, reducción del gasto público, elaboración de leyes fiscales, laborales y de pensiones, así como la implementación de la política de seguridad democrática con el fin de contrarrestar a la guerrilla y restablecer el orden público.

Cuenta con un régimen de IED abierta. En el año de 1999 se reformó la constitución con el fin de eliminar la facultad que tenía el Congreso de expropiar sin indemnizar por razones de "equidad". Desde el año 2005 ofrece a los inversionistas la posibilidad de adquirir contratos de estabilidad jurídica. Sin embargo, el gobierno mantiene la facultad de identificar cualquier sector para limitar la participación de capital extranjero, aunque nunca la ha utilizado.

De acuerdo a los datos obtenidos en el informe de la OCDE del año 2009, se presenta el análisis jurídico.

Colombia es una república unitaria. La Constitución de 1991 otorga los siguientes derechos a las entidades territoriales que integran el país: gobernarse por autoridades propias; ejercer las competencias que les correspondan; administrar los recursos y establecer los tributos necesarios para el cumplimiento de sus funciones; y participar en las rentas nacionales.

La Procuraduría General de la Nación vigila la conducta de los funcionarios públicos. Los particulares pueden invocar los Acuerdos de la OMC y las normas andinas ante los jueces nacionales. En los procesos de última instancia en los que deban aplicarse o se controviertan normas andinas, los jueces deben presentar una consulta sobre la interpretación de las normas andina ante el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Los jueces

[18]Bancoldex, créditos asignados a PYMES exportadoras 2009

nacionales están obligados a cumplir la interpretación que emita el Tribunal.

La dirección de las relaciones internacionales de Colombia y la celebración de tratados con otros Estados corresponden al Presidente de la República. Los tratados internacionales deben ser aprobados por el Congreso y recibir un dictamen favorable de la Corte Constitucional antes de poder ser ratificados por el Presidente de la República. El Congreso no tiene la facultad de enmendar el texto de un tratado internacional.

Los tratados "de naturaleza económica y comercial acordados en el ámbito de organismos internacionales" pueden aplicarse provisionalmente en espera de la aprobación del Congreso. La Constitución prevé la posibilidad de que Colombia transfiera "determinadas atribuciones" a organismos internacionales que busquen promover la integración económica con otros Estados.

La Constitución prevalece sobre cualquier otra norma jurídica. La Corte Constitucional determinó que, de existir una incompatibilidad entre un tratado de integración económica y la Constitución, "es deber de las autoridades políticas modificar el compromiso internacional a fin de ajustarlo a la Carta, o reformar la Constitución para adecuarla a las obligaciones internacionales". La Corte Constitucional también determinó que los tratados de integración económica tienen un rango normativo inferior a algunos tratados y convenios internacionales de derechos humanos, las leyes orgánicas y las leyes estatutarias.

A nivel nacional, el Presidente de la República tiene la facultad para regular el comercio exterior, incluyendo los regímenes aduanero y arancelario, aunque la regulación de la política arancelaria ha sido transferida parcialmente a la Comunidad Andina. En el desempeño de sus facultades relacionadas con el comercio, el Presidente debe apegarse a los siguientes principios definidos por el Congreso:

- impulsar la internacionalización de la economía colombiana para lograr un ritmo creciente y sostenido de desarrollo;
- promover y fomentar el comercio exterior de bienes, tecnología, servicios y, en particular, las exportaciones;
- estimular los procesos de integración y los acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales que amplíen y faciliten las transacciones externas del país;
- impulsar la modernización y la eficiencia de la producción local, para mejorar su competitividad internacional y satisfacer adecuadamente las necesidades del consumidor;
- procurar una competencia legal y equitativa a la producción local y otorgarle una protección adecuada, en particular, contra las prácticas desleales de comercio internacional;

- apoyar y facilitar la iniciativa privada y la gestión de los distintos agentes económicos en las operaciones de comercio exterior;
- coordinar las políticas y regulaciones en materia de comercio exterior con las políticas arancelaria, monetaria, cambiaria y fiscal; y
- adoptar, sólo transitoriamente, mecanismos que permitan a la economía colombiana superar coyunturas externas o internas adversas al interés comercial del país.

h. Actores responsables de la Política Comercial y la Inversión Extranjera

La formulación de la política en materia de inversión extranjera es responsabilidad del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MCIT). (Ref. Anexo 1)

El MCIT desempeña esta actividad en coordinación con el Ministerio de Hacienda y Crédito Público, tomando en cuenta los lineamientos del Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES).

A partir de enero de 2005, Proexport asumió las funciones de promoción de la inversión extranjera que hasta ese momento llevaba a cabo la agencia Coinvertir. (Ref. Anexo 1)

El Consejo Nacional de Política Económica y Social — CONPES — fue creado por la Ley 19 de 1958. Ésta es la máxima autoridad nacional de planeación y se desempeña como organismo asesor del Gobierno en todos los aspectos relacionados con el desarrollo económico y social del país. Para lograrlo, coordina y orienta a los organismos encargados de la dirección económica y social en el Gobierno, a través del estudio y aprobación de documentos sobre el desarrollo de políticas generales que son presentados en sesión.

El CONPES actúa bajo la dirección del Presidente de la República y lo componen los ministros de Relaciones Exteriores, Hacienda, Agricultura, Desarrollo, Trabajo, Transporte, Comercio Exterior, Medio Ambiente y Cultura, el Director del Departamento Nacional de Planeación (DNP), los gerentes del Banco de la República y de la Federación Nacional de Cafeteros, así como el Director de Asuntos para las Comunidades Negras del Ministerio del Interior y el Director para la Equidad de la Mujer.

El CONPES SOCIAL funciona de igual manera que el CONPES, pero varía en su composición: lo dirige el Presidente de la República y lo componen los ministros de Hacienda, Salud, Educación, Trabajo, Agricultura, Transporte, Desarrollo, el Secretario General de la Presidencia y el Director del DNP.

El Departamento Nacional de Planeación desempeña las funciones de Secretaría Ejecutiva del CONPES y CONPES SOCIAL, y por lo tanto es la entidad encargada de coordinar y presentar todos los documentos para discutir en sesión. El CONPES tiene la facultad de identificar sectores de la actividad económica para que el Gobierno determine si admite en ellos la participación de inversión de capital del exterior.

i. Marco Jurídico y Fiscal de la Inversión Extranjera

La consolidación y el incremento de la inversión extranjera es uno de los objetivos que establece el Plan Estratégico Exportador. (Ref. Anexo 1)

Las principales normas en materia de inversión son la Ley N° 9 de 1991 y el Decreto N° 2080 del año 2000, que ha sido reformado en varias ocasiones. Este Decreto permite las inversiones de capital del exterior en todos los sectores de la economía, excepto en las actividades de defensa y seguridad nacional y el procesamiento, disposición y desecho de basuras tóxicas, peligrosas o radiactivas que no hayan sido producidas en Colombia. Este Decreto (N° 2080 de 2000) establece el derecho de los inversionistas extranjeros a remitir al exterior en moneda libremente convertible las utilidades que genere su inversión. Las condiciones para la remisión de utilidades al exterior y el reembolso de una inversión extranjera no se pueden modificar de manera adversa para el inversionista a menos que las reservas internacionales de Colombia sean inferiores a tres meses de importaciones. Las inversiones extranjeras en los sectores mineros y de los hidrocarburos están sujetas a un régimen cambiario especial.

El ámbito de aplicación del régimen de inversiones extranjeras abarca la inversión directa y de portafolio realizada por personas naturales o jurídicas no residentes en Colombia. La definición de inversión comprende los aportes en divisas y bienes tangibles e intangibles (incluyendo las marcas y las patentes), y la capitalización de recursos en moneda nacional con derecho de giro al exterior (incluyendo las regalías debidas por concepto de contratos de licencia). No son inversión los créditos y operaciones que impliquen endeudamiento.

En general, las inversiones extranjeras no requieren autorización previa. Las inversiones (nacionales o extranjeras) en los sectores financiero, minero y de hidrocarburos deben cumplir el requisito de autorización previa.

Todas las inversiones extranjeras deben ser registradas ante el Banco de la República. El inversionista o su representante o apoderado pueden llevar a cabo el registro. Los plazos y condiciones para registrar una inversión extranjera varían dependiendo del tipo de inversión y de la forma en que se efectúa. El Banco de la República

otorga el registro de manera automática a las inversiones que cumplan con las disposiciones del Decreto N° 2080 de 2000.

Además, la inversión extranjera en las empresas que presten servicios de televisión abierta está sujeta al principio de reciprocidad y limitada al 40% del capital social de la empresa. No se expiden a extranjeros licencias para dirigir programas informativos o periodísticos de radio. Las empresas extranjeras de consultoría en geología no pueden ofrecer sus servicios en Colombia al menos que estén asociadas con una empresa colombiana.

La inversión privada, incluyendo la extranjera, en la prestación de servicios públicos de acueducto y alcantarillado, saneamiento ambiental y de distribución a domicilio de energía eléctrica y gas por red está sujeta a restricciones en la medida en que el Estado establezca "áreas de servicio exclusivo" en las que solamente una empresa esté autorizada para prestar alguno de estos servicios.

Existen restricciones a la adquisición de propiedad por parte de extranjeros en zonas limítrofes, las costas nacionales y el territorio insular.

La Constitución garantiza la propiedad privada. El Artículo 58 contempla la posibilidad de expropiación mediante sentencia judicial e indemnización previa "por motivos de utilidad pública o interés social definidos por el legislador". El Artículo 59 estipula que en situación de guerra, el Gobierno puede decretar una expropiación sin previa indemnización. La propiedad inmueble expropiada en situación de guerra sólo puede ser ocupada temporalmente.

A partir de 2005, los inversionistas nacionales o extranjeros que realicen inversiones nuevas o amplíen inversiones existentes por un monto igual o superior a 7.500 salarios mínimos mensuales (alrededor de 1,35 millones de dólares EE.UU. en marzo de 2006) pueden optar por suscribir un contrato de estabilidad jurídica con el Estado. Mediante estos contratos, el Estado garantiza a los inversionistas la aplicación de ciertas normas durante un período determinado, aún si alguna de estas normas sufriere una modificación. La finalidad de los contratos de estabilidad jurídica es la promoción de las inversiones.

Las inversiones extranjeras de portafolio no pueden beneficiarse de los contratos de estabilidad jurídica. Hasta mediados de 2006, se había suscrito un solo acuerdo de estabilidad jurídica.

Los contratos de estabilidad jurídica deben indicar de manera "expresa y taxativa" las normas e interpretaciones administrativas que a juicio del inversionista fueron fundamentales para su decisión de inversión y cuya aplicación

se garantiza durante el período de vigencia del contrato. Los contratos deben ser conformes a la Constitución y respetar los tratados internacionales suscritos por Colombia. No pueden comprender normas relativas al régimen de seguridad social, tributos decretados en estados de excepción, impuestos indirectos, regulación prudencial financiera y el régimen tarifario de los servicios públicos. Las normas declaradas inconstitucionales o ilegales por los tribunales judiciales colombianos no gozan de la protección de un contrato de estabilidad jurídica, aun si forman parte del mismo. La duración de un contrato de estabilidad jurídica debe ser de entre 3 y 20 años y su costo anual es del 1% del valor de la inversión que abarca el contrato.

Desde 1995, los inversionistas pueden además suscribir contratos de estabilidad tributaria con el Gobierno. La tasa del impuesto sobre la renta, el impuesto sobre ganancias ocasionales y el impuesto a las remesas al que están sujetos los inversionistas que opten por este régimen es superior en dos puntos porcentuales a la tasa del impuesto vigente al momento de suscribir el contrato. A mediados de 2006, Colombia había suscrito alrededor de nueve contratos de estabilidad tributaria. Las autoridades indicaron que la función de dichos contratos ha sido retomada y perfeccionada a través de los contratos de estabilidad jurídica.

j. Relaciones Comerciales Internacionales

En el marco del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios, Colombia contrajo compromisos relativos al suministro de servicios mediante la presencia comercial. (Ref. Anexo 1)

En términos generales las disposiciones relativas a las inversiones contenidas en la Decisión N° 291 de la Comunidad Andina otorgan a los países miembros amplia libertad de definir sus políticas de inversión. Aunque la Decisión N° 291 no incluye una disposición sobre nación más favorecida, en virtud de la Decisión N° 439 los miembros de la Comunidad Andina están obligados a conceder a los servicios y prestadores de servicios de los demás miembros el trato más favorable que hayan concedido a terceros países con respecto a la presencia comercial y al derecho de establecimiento. La Decisión N° 292 de la Comunidad Andina contiene el régimen de inversión para las empresas multinacionales andinas.

Colombia cuenta con un acuerdo bilateral de inversión en vigor con Perú. Otro acuerdo de este tipo con España está en proceso de ratificación. Colombia ha concluido las negociaciones de acuerdos bilaterales de inversión con Suiza y Guatemala. A mediados de 2006 estaban en curso negociaciones con China, Finlandia, Francia, Japón y el Reino Unido.

Colombia es miembro de la Agencia Multilateral de Garantía de Inversiones del Banco Mundial y ratificó el

Convenio sobre Arreglo de Diferencias Relativas a Inversiones entre Estados y Nacionales de Otros Estados a través del cual se estableció el Centro Internacional de Arreglo de Diferencias Relativas a Inversiones.

Ha suscrito los siguientes acuerdos preferenciales:

i. **Comunidad Andina:** Suscrito en 1969 con la firma del Acuerdo de Cartagena, constituida por Bolivia, Ecuador y Perú. Su objetivo ha sido crear una zona de libre comercio, la cual existe desde 1993 entre Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú. Sin embargo, la Unión aduanera aún está pendiente de consolidarse, así como un mercado común que abarque la libre circulación de servicios, capitales y personas.

ii. **Acuerdos de alcance parcial negociados:** Establecidos con México, Chile, Cuba, Panamá, CARICOM y MERCOSUR, así como Centroamérica.

iii. **Otros acuerdos**: Colombia es beneficiario de los planes del Sistema Generalizado de Preferencias de Bulgaria, el Canadá, los Estados Unidos, el Japón, Nueva Zelanda, Noruega, Rusia, Turquía, Suiza y la Unión Europea.

k. Análisis de Guatemala versus Colombia

Los actores en materia de comercio exterior e inversión extranjera directa están claramente definidos en la legislación colombiana y generan una promoción proactiva.
Esto ha posicionado al país como uno de los principales receptores de inversión extranjera directa a nivel latinoamericano. En el año 2009, la IED fue de 3,222 millones de dólares, siendo uno de los principales sectores el de hidrocarburos y minas, esto según datos del Banco de la República.

Guatemala cuenta con un ente similar al CONPES, el cual es el Consejo Nacional para la Promoción de Exportaciones CONAPEX y es el foro sobre Comercio Exterior más importante que existe en Guatemala, creado por el Acuerdo Gubernativo 367-86 y modificado por el Acuerdo Gubernativo 399-90 con el objeto de proponer al Presidente de la República, la política nacional de promoción, diversificación e incremento de las exportaciones, el turismo y las inversiones, así como velar por la instrumentación y ejecución de la misma.

La fortaleza del CONPES, a diferencia del CONAPEX, es que el primero nace de una ley y cuenta con una secretaría técnica que dentro de sus funciones debe presentar, para su estudio y aprobación, la programación macroeconómica anual, así como someter a su consideración el Plan Nacional.

El CONAPEX funciona como ente asesor del Gobierno en la formulación de la política de exportación, haciendo recomendaciones sobre la promoción y diversificación de las exportaciones y velando por la ejecución de la política adoptada.

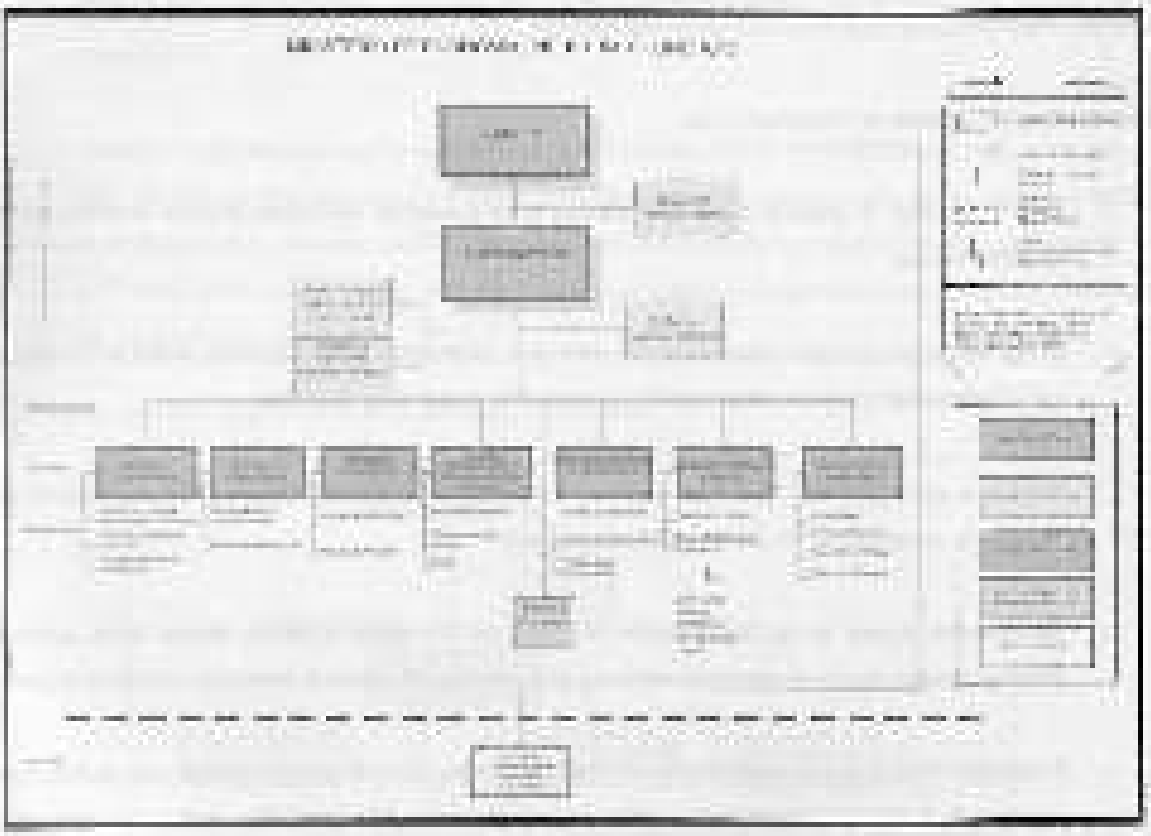
El CONPES de Desarrollo, en los términos señalados en la Ley orgánica del Plan. De igual manera, presenta, para su aprobación, las políticas, estrategias, planes, programas y proyectos del Gobierno Nacional. Además, debe presentar, para su análisis, estudios sobre la ejecución del Plan Nacional de Desarrollo y sobre las políticas, estrategias, programas y proyectos del Gobierno Nacional, así como someter, para su estudio y aprobación, las bases y criterios de la inversión pública, el programa de desembolsos de crédito externo, entre otros.
Por otro lado, la ley de Inversión Extranjera de Guatemala no obliga a los inversionistas extranjeros a registrarse en ninguna institución de gobierno al contrario que en Colombia, donde existe un mecanismo de control y seguimiento preciso sobre las inversiones extranjeras. En Guatemala existe un registro de sociedades extranjeras en el Registro Mercantil. A diferencia de Colombia, no existe una lista expresa de actividades económicas y sectoriales que tienen prohibición constitucional para la inversión extranjera. Además, Guatemala no cuenta con normativas impositivas especiales que promuevan la inversión extranjera. El único marco con el que cuenta es la Ley de Zonas Francas, Ley de Fomento Turístico Nacional, Ley de Fomento a la Actividad Exportadora y de Maquila.

Por último y no menos importante, es que Colombia posee una Ley de Estabilidad Jurídica claramente definida donde los inversionistas extranjeros pueden realizar contratos con el Estado con el fin de brindarle una certeza jurídica por un período determinado. Actualmente, Guatemala tiene una iniciativa de ley (39-96) la cual está en proceso de aprobación por el Congreso de la República.

3. COSTA RICA

[illegible] de Costa Rica [illegible] Ministerio de Economía Industria y Comercio [illegible].

El Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) [illegible] de Costa Rica [illegible] de Calidad [illegible] de Costa Rica.



[illegible]

Lo referente a temas concretos sobre estrategias de atracción de inversiones, políticas de fomento a la inserción internacional de la república de Costa Rica y políticas de comercio exterior son funciones del Ministerio de Comercio Exterior (www.comex.go.cr).

El Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (COMEX, fue creado en 1986 mediante la Ley de Presupuesto Extraordinario No. 7040, siendo designado como el rector del sector comercio exterior y encomendándole la formulación, planificación y la dirección de las políticas de comercio exterior, de inversiones y de cooperación económica externa en materia de comercio exterior.

El Ministerio de Comercio Exterior tiene como misión general promover, facilitar y consolidar la inserción de Costa Rica en la economía internacional, a fin de propiciar el crecimiento de la economía del país y, con ello mejorar las condiciones de vida de todos los costarricenses.

Las **funciones principales** del ministerio son:

- Definir y dirigir la política comercial externa y de inversión extranjera incluso la relacionada con Centroamérica.

- Dirigir las negociaciones comerciales y de inversión, bilaterales y multilaterales, incluido lo relacionado con Centroamérica, y suscribir tratados y convenios sobre esas materias.

- Participar, con el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, el de Agricultura y Ganadería y el de Hacienda, en la definición de la política arancelaria.

- Representar al país en la Organización Mundial del Comercio y en los demás foros comerciales internacionales donde se discutan tratados, convenios y, en general, temas de comercio e inversión.

- Establecer mecanismos reguladores de exportaciones, cuando sea necesario por restricciones al ingreso de bienes costarricenses a otros países. En estas circunstancias, la regulaciones deberán ser motivadas, claras, equitativas y no discriminatorias. Para ejecutar los mecanismos, el Ministerio de Comercio Exterior podrá apoyarse en el Ministerio de Economía, Industrias y Comercio y el de Agricultura y Ganadería, según el caso; asimismo, podrá ejecutarlos por medio de otras instituciones, públicas o privadas, que se relacionen con el sector productivo correspondiente. Estas instituciones podrán cobrar a los usuarios por los servicios prestados.

- Determinar, en consulta con el Ministro de Relaciones Exteriores y Culto y los Ministros rectores de la producción nacional, las represalias comerciales que se deriven de los acuerdos internacionales suscritos por Costa Rica, que serán ejecutadas en el país por los organismos competentes, según los procedimientos de ley y la materia en cuestión.

- Dictar las políticas referentes a exportaciones e inversiones.

- Otorgar el régimen de zonas francas, los contratos de exportación y el régimen de admisión temporal o perfeccionamiento activo y, cuando corresponda, revocarlos; según lo dispuesto en ésta y en otras leyes o reglamentos aplicables.

- Dirigir y coordinar planes, estrategias y programas oficiales vinculados con exportaciones e inversiones.

- Evaluar las políticas de comercio exterior e inversiones por lo menos una vez cada dos años. Para esos efectos, se formará una Comisión mixta de evaluación de las políticas de comercio exterior e inversiones, integrada por un representante del Ministerio de Comercio Exterior, uno del Ministerio de Planificación, dos del sector privado y dos investigadores especialistas en la materia, provenientes de universidades públicas.

Desde el punto de vista organizativo, se estructura como sigue:

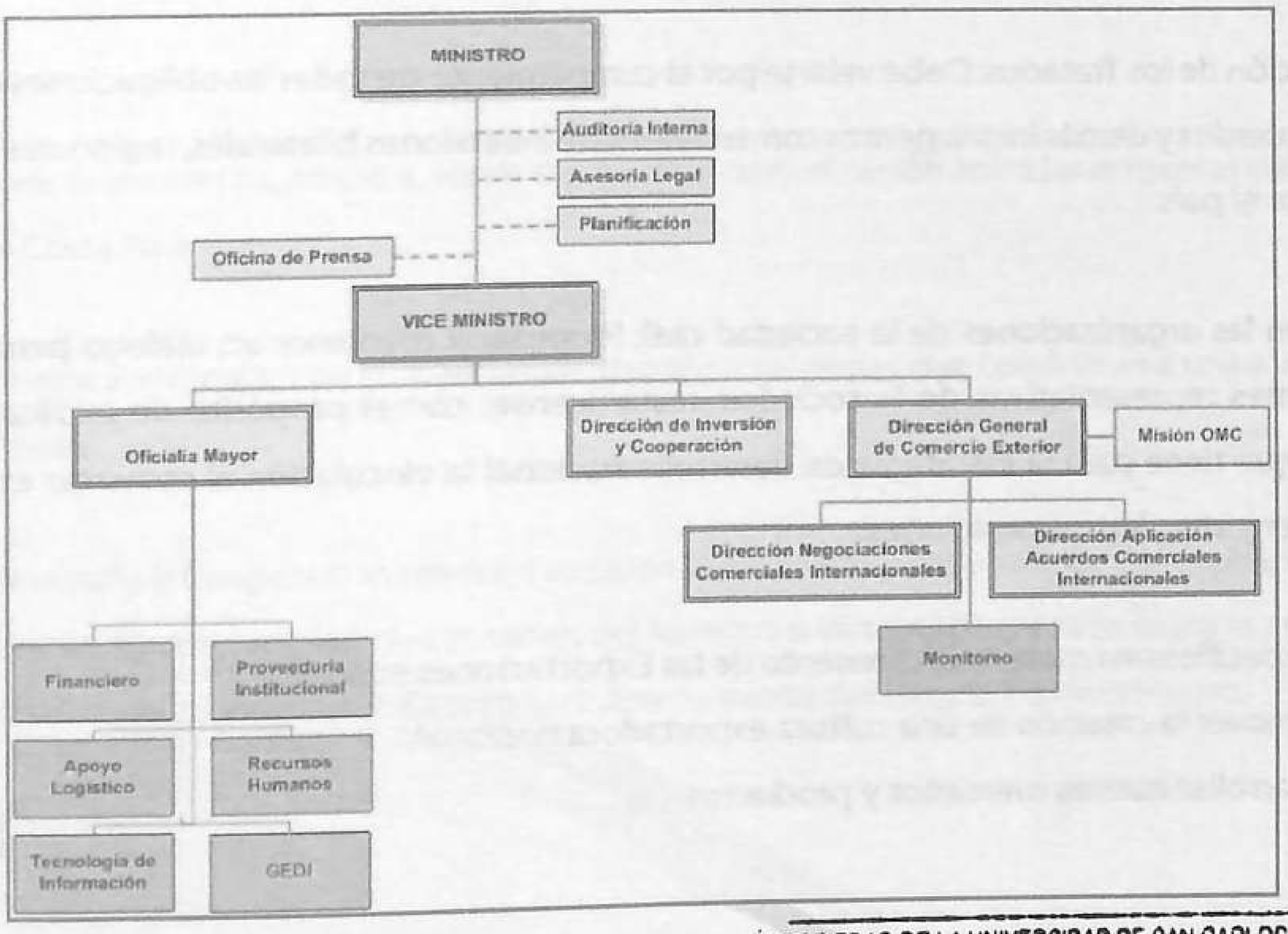


Ilustración 5 - Fuente: COMEX

La política de comercio exterior busca generar más empleo y de mayor calidad; ampliar la base productiva con énfasis en el desarrollo de la pequeña y mediana empresa; fomentar las inversiones nacionales y extranjeras; incrementar el uso de las tecnologías de información; promover el encadenamiento productivo e incrementar el valor agregado de la oferta exportable; aprovechar las oportunidades que ofrecen los acuerdos comerciales mediante el mejoramiento de la competitividad de nuestra economía. Todo ello, con la finalidad última de generar mayores ingresos que permitan a la población alcanzar mejores estándares de vida y bienestar social.

Los Ejes Fundamentales de la Estrategia de Comercio Exterior son:

1. Negociaciones comerciales: Cuyo objetivo es facilitar el acceso de los productos nacionales a mercados de interés por medio de iniciativas de libre comercio y lograr una mayor articulación de los acuerdos vigentes.

2. Fomento de las exportaciones: Con ello se busca lograr un crecimiento sostenido de las exportaciones en el largo plazo, con el propósito de alcanzar la meta de 13,500 millones de exportación de bienes y 6,500 millones de exportación de servicios para el 2010.

3. Fomento de las inversiones: Propiciar el establecimiento de compañías nacionales y extranjeras de alto valor agregado, que promuevan la diversificación productiva, el desarrollo de nuevos productos, que aporten al país conocimiento y acceso a las tecnologías de punta y que estimulen los encadenamientos productivos. La meta a mediano plazo es lograr atraer una inversión anual promedio de 1,800 millones de dólares en el periodo 2008-2010.

4. Administración de los Tratados: Debe velarse por el cumplimiento de todas las obligaciones derivadas de los tratados, acuerdos y demás instrumentos comerciales o de inversiones bilaterales, regionales o multilaterales, suscritos por el país.

5. Relación con las organizaciones de la sociedad civil: Propiciar y mantener un diálogo permanente con las organizaciones representativas de la sociedad costarricense, con el propósito de explicar los alcances y beneficios que tiene para la estrategia de desarrollo nacional la vinculación al comercio exterior, así como para conocer y atender sus posiciones.

Los objetivos específicos en materia de Fomento de las Exportaciones son:

- Promover la creación de una cultura exportadora nacional.
- Desarrollar nuevos mercados y productos.

- Incrementar el número de empleos vinculados al sector exportador.
- Vincular a los productores locales con el comercio exterior a través de la promoción de encadenamientos con la actividad exportadora.
- Incrementar el valor agregado de las exportaciones.
- Promover una mayor participación de las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES).
- Contar con una red de apoyo comercial a través de una estructura de oficinas comerciales en países estratégicos.
- Fortalecer e incrementar la capacidad exportadora de empresas fuera del valle central, en coordinación con las oficinas de apoyo a las Pymes.

Las funciones correspondientes a la Promoción de Exportaciones y Captación de Inversión son ejecutadas por:

- Fomento Exportaciones: Agencia de Promoción del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER).
- Fomento Inversión: Dirección de Inversión y Cooperación del Ministerio de Comercio Exterior.

DIRECCIÓN DE INVERSIÓN Y COOPERACIÓN

La Dirección de Inversión y Cooperación del Ministerio de Comercio Exterior se creó en mayo del 2005 con el fin de promover el establecimiento de nuevas empresas en el país.

El funcionamiento de esta Dirección trabaja en el cumplimiento del compromiso que se estableció en la Ley de Creación del Ministerio de Comercio Exterior que le encomienda el seguimiento de la política de inversión del país.

Entre sus funciones se encuentra, además, servir de canal de comunicación entre las empresas del sector privado y el Gobierno de Costa Rica.

Actualmente, se enfoca a trabajar con el objetivo de identificar reformas que conduzcan a una mejora en el clima de inversión del país.

La Dirección de Inversión y Cooperación tendrá a su cargo la ejecución y seguimiento de las políticas y directrices en materia de inversión y cooperación que emanen del Ministro o Viceministro y coordinará lo pertinente con la Dirección General de Comercio Exterior. Dependerá directamente del Despacho del Ministro.

Entre las funciones encomendadas destacan:

- Asesorar al Ministro y al Viceministro en la definición y dirección de la política de inversión extranjera, incluso la relacionada con Centroamérica.
- Implementar los lineamientos de la política de inversión conforme hayan sido definidos por el Ministro y Viceministro.
- Coordinar con la Dirección General de Comercio Exterior los temas relacionados con inversión y cooperación en las negociaciones comerciales y de inversión, bilaterales, regionales y multilaterales, incluido lo relacionado con Centroamérica y asegurar el cumplimiento de todos los compromisos asumidos en dichas negociaciones en materia de inversión, tanto por Costa Rica como por sus contrapartes en dichos acuerdos.
- Elaborar, en coordinación con las entidades relacionadas con el tema, los documentos sobre política de inversión que deban presentarse al Ministro.
- Elaborar o recopilar estudios sobre cada país con el cual Costa Rica celebre tratados, convenios o cualquier otro instrumento sobre inversión.
- Redactar las propuestas o contrapropuestas de textos base de las negociaciones de inversión.
- Negociar el texto de tratados, convenios y cualquier otro instrumento sobre inversión, sean éstos bilaterales, regionales o multilaterales.
- Una vez concluidas las negociaciones, preparar los textos y cumplir con las formalidades requeridas para que los mismos puedan ser firmados por la autoridad competente.
- Dar seguimiento a las negociaciones y acontecimientos en todos los foros sobre inversión, bilaterales, regionales y multilaterales con el objeto de identificar los intereses de Costa Rica, así como de sus socios comerciales, en las diversas áreas temáticas de comercio.
- Colaborar con la Dirección de Aplicación de Acuerdos Comerciales Internacionales en dar un adecuado seguimiento al cumplimiento tanto por el Gobierno de Costa Rica como por parte de los gobiernos de sus socios comerciales, de todas las obligaciones derivadas de los tratados, acuerdos y demás instrumentos de inversión bilaterales o multilaterales suscritos por el país. Deberá colaborar también con dicha Dirección en la evaluación periódica de la aplicación de dichos tratados y acuerdos, tanto en términos económicos como jurídicos.
- Colaborar con la Dirección de Aplicación de Acuerdos Comerciales Internacionales en dar un adecuado seguimiento al cumplimiento de los compromisos asumidos por el Gobierno de Costa Rica en los foros que se relacionen con el ámbito de su competencia.
- Colaborar con la Delegación Permanente ante la OMC en la identificación de los intereses de Costa Rica y otros países Miembros de la OMC en relación con los temas de inversión; así como coordinar

con aquélla, la adecuada representación del país en foros comerciales internacionales donde se traten temas de inversión.

- Coordinar con la Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo, en adelante denominada "CINDE" y con otras instituciones de naturaleza similar, el mejor aprovechamiento de las oportunidades de inversión, asegurando la articulación de dicha Coalición e instituciones con los lineamientos de la política de inversión.
- Coordinar con las instituciones públicas competentes en materias relacionadas con la inversión.
- Identificar los ajustes necesarios en el marco legal tendientes al mejoramiento del clima de inversión, y promover su adopción.
- Dar seguimiento a las controversias surgidas entre inversionistas extranjeros y entidades gubernamentales.
- Promover ante las entidades gubernamentales competentes la simplificación de trámites, la eliminación de obstáculos, la seguridad jurídica y la transparencia; y en general, todas aquellas medidas destinadas a mejorar el clima de negocios para los inversionistas extranjeros.
- Asesorar al Despacho del Ministro en la identificación de prioridades y en la estrategia de seguimiento al tema de la cooperación en general y en el contexto de los tratados de libre comercio y acuerdos comerciales que negocie o suscriba el país.
- Proponer proyectos de cooperación y agendas complementarias de medidas de apoyo y mejoramiento de la competitividad nacional, en el contexto de la negociación de tratados de libre comercio y acuerdos comerciales; así como asesorar en su elaboración.
- Coordinar con otras entidades competentes, tanto dentro del país como fuera de él, el diseño, elaboración y desarrollo de propuestas y actividades de cooperación y su respectiva implementación.
- Ejercer labores de monitoreo y seguimiento de los proyectos y agendas complementarias de cooperación.
- Desarrollar procesos de consulta con sectores afines para el diseño y elaboración de proyectos y agendas complementarias de cooperación.

PROCOMER

a. Organismo

PROCOMER, Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica, es una entidad pública de carácter no estatal. Fue creada en Noviembre de 1996 mediante Ley de la República No. 7638 y asumió las funciones que hasta ese momento desempeñaban la Corporación de Zonas Francas de Exportación, el Centro para la Promoción de Exportaciones e Inversiones (CENPRO) y el Consejo Nacional de Inversiones.

Es la institución oficial encargada de la promoción de exportaciones costarricenses. De acuerdo con su Ley de creación, PROCOMER es responsable de:

- Diseñar y coordinar programas relativos a exportaciones e inversiones.
- Apoyar técnica y financieramente al Ministerio de Comercio Exterior para administrar los regímenes especiales de exportación.
- Promover los intereses comerciales del país en el exterior y defenderlos.
- Administrar un sistema de ventanilla única, que centralice y agilice los trámites de importación y exportación.
- Dar seguimiento a las estadísticas del comercio exterior.
- Administrar bienes en fideicomiso.

La función clave de PROCOMER es facilitar el desarrollo y fortalecer la capacidad exportadora costarricense. Los objetivos generales del organismo son:

- Mejorar el posicionamiento de Costa Rica en el mercado internacional.
- Incrementar el valor agregado de las exportaciones.
- Aumentar la participación de las Pymes en las exportaciones.
- Brindar acceso a todas las regiones del país, al apoyo a las exportaciones y las inversiones.
- Arraigar la inversión en el país.

PROCOMER cuenta con el centro de Información al Exportado (CIEX), el cual ofrece una amplia variedad de servicios basados en fuentes de información especializadas y confiables, con el propósito de apoyar el proceso de formación de estrategias internacionales de las empresas costarricenses.
Los servicios están dirigidos especialmente a exportadores, potenciales exportadores, investigadores, inversionistas, estudiantes, instituciones nacionales e internacionales, cámaras y organizaciones vinculadas al sector del comercio exterior.

b. Estructura

PROCOMER está organizada en cinco gerencias y cuatro direcciones que cumplen una función específica dentro de sus áreas de servicio. Adicionalmente, PROCOMER cuenta con cinco oficinas en distintas regiones del país, con cinco oficinas en los principales puestos de aduanas del país y Oficinas de Promoción Comercial en diversos países (Canadá; Los Ángeles, Houston, Miami y New York en Estados Unidos; México; Guatemala; Panamá; Chile; Alemania y China).

c. Estrategia

La inserción internacional de Costa Rica, parte de la premisa de enfrentar los retos importantes a nivel nacional y vincularlos con su inserción internacional, para realizar lo anterior, propone la creación de empleos de calidad y bien remunerados, lograr un incremento sostenido de la productividad, incrementar la vinculación de los productores locales con el comercio exterior, mediante el fomento de los encadenamientos productivos e incrementar el valor agregado de sus exportaciones. Asimismo, propone implementar un plan de atracción de inversiones de alta calidad, defender la sostenibilidad ambiental del desarrollo económico y acelerar el crecimiento económico, entre otros.

Los objetivos estratégicos de *PROCOMER* son:

- Mejorar el posicionamiento de Costa Rica en el mercado internacional.
- Incrementar el valor agregado de las exportaciones.
- Aumentar la participación de las Pymes en las exportaciones.
- Brindar acceso a todas las regiones del país, al apoyo a las exportaciones y las inversiones.
- Arraigar la inversión en el país.
- Fortalecer la acción interinstitucional pública y privada de apoyo al exportador e inversionista.

Dicha Institución tiene como mercados principales: Estados Unidos, Panamá, China, Unión Europea, Guatemala, El Salvador y República Dominicana.

Asimismo, los principales sectores a los que se enfoca son:

- Agropecuario
- Plantas, Flores y Follajes
- Industria Alimentaria
- Construcción
- Empaques y Envases
- Cuidado Personal y Farmacéutico
- Servicios

La Inversión Extranjera Directa, como un componente del desarrollo nacional, cobra mayor relevancia en Costa Rica mientras se integra cada vez más al mundo y siga brindando las ventajas necesarias para ser un destino competitivo.

El apoyo que esta área provee a la inversión cumple con el objetivo de PROCOMER de la promoción general del comercio exterior y de la inversión, mediante el fortalecimiento del sector exportador a través de los aportes que la inversión, tanto nacional como extranjera, da en el área de encadenamientos, competitividad y diversificación de la oferta exportable, permitiendo e impulsando un crecimiento sostenido de las exportaciones y de su valor agregado.

Las acciones que desde la misma se ejecuten tienen como finalidad contribuir al desarrollo nacional, incentivar la inversión nacional o doméstica y promocionar al país como destino para la inversión extranjera directa.

El área de Inversión Nacional y Extranjera busca impulsar desde la Promotora:

- La promoción del país como un destino a la inversión extranjera directa, en conjunto con los entes públicos y privados relevantes.
- La asistencia en la instalación de la inversión en el país mediante la coordinación y facilitación de procesos ante los entes públicos y privados pertinentes
- La coordinación con entes de gobierno en temas de inversión pública
- La identificación de sectores estratégicos de inversión en el país
- El desarrollo de las zonas rurales del país por medio de la Inversión Extranjera Directa y la Inversión Nacional o Doméstica
- La Inversión Nacional o Doméstica como instrumento de desarrollo.

En este último campo, atracción de inversión, los principales sectores de interés son:

- Turismo
- Agroindustria
- Alta Tecnología
- Servicios
- Desarrollo de Software
- Instrumentaria médica
- Infraestructura

d. Programas, Acciones y Servicios

Para la consecución de sus objetivos PROCOMER cuenta con las siguientes áreas de servicio:

- Fortalecimiento de la capacidad exportadora: Área de servicio relacionada con el proceso de preparación de las empresas para vender sus productos fuera del mercado costarricense, razón por la cual sus acciones están dirigidas a la capacitación para exportar y a la promoción de encadenamientos productivos entre grandes empresas exportadoras y pequeños y medianos suplidores nacionales.

- Promoción comercial: Ofrece herramientas para posicionar los productos costarricenses en los mercados internacionales, tales como ferias internacionales, misiones de exportadores, misiones de compradores, agendas de negocios, semanas país, etc.

- Investigación e información: Área orientada a generar y recopilar información, análisis e investigación en el tema de comercio exterior. Dentro de los servicios ofrecidos se encuentran: Investigación de mercados, información estadística, Centro de Información al Exportador, Centro de Información Virtual, Revista Enlace Mundial y boletín Procomer Digital.

- Logística de comercio exterior e inversión: En esta área de trabajo, PROCOMER busca facilitar, centralizar, agilizar y simplificar el proceso de trámites de comercio exterior, además brinda asesoría y colaboración técnica para el otorgamiento y desarrollo de actividades en los regímenes especiales de exportación.

PROCOMER cuenta con un área estratégica, la ***Dirección de Costa Rica Provee***, que busca facilitar el desarrollo de negocios entre empresas exportadoras y suplidoras nacionales, contribuyendo al aumento del valor agregado de la industria costarricense y la competitividad global del país.

Desde el punto de vista de la atracción de inversiones cabe destacar que los inversionistas extranjeros disfrutan del mismo nivel de protección legal que las inversiones nacionales.

Entre las garantías legales destacan:

- Extranjeros no tienen limitación en la tenencia de propiedades y pueden realizar negocios libremente
- Extranjeros tienen igualdad constitucional en cuanto a derechos y deberes.
- Libre movimiento de capitales.
- Leyes de protección a la propiedad intelectual en concordancia con OMC.

Entre las principales leyes de incentivos en esta materia:

- Ley 7210 del Régimen de Zona Franca
- Perfeccionamiento Activo (Ley 7557)
- Ley 6990 de Incentivos Turísticos
- Ley 7575 del Régimen Forestal
- Ley 7169 de Promoción al Desarrollo Científico
- Ley 8542 para la Agricultura Orgánica

e. Seguimiento

Respecto a la evaluación y seguimiento, el Ministerio propone evaluar las políticas de comercio exterior e inversiones por lo menos una vez cada dos años. Para esos efectos, se formará una Comisión mixta de evaluación de las políticas de comercio exterior e inversiones, integrada por un representante del Ministerio de Comercio Exterior, uno del Ministerio de Planificación, dos del sector privado y dos investigadores especialistas en la materia, provenientes de universidades públicas.

f. Financiación

El Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) son las dos instituciones internacionales que participan con mayor fuerza en el financiamiento del las PYME's en Costa Rica.

Dentro de éstas, el BCIE ha jugado el papel de banco de segundo piso, canalizando recursos obtenidos de la comunidad financiera internacional. Asimismo, cuenta con varios programas de apoyo crediticio orientados principalmente a la micro y pequeña empresa. El primer programa fue el llamado ***Programa de Apoyo a la Pequeña y Micro Empresa Centroamericana (PAPIC)***, el cual se originó en un acuerdo con la Comunidad Económica Europea.

El BCIE, con recursos propios, estableció en julio de 1995 **el Programa de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa Centroamericana (PROMYPE)**, cuyo propósito central es el fortalecimiento de las PYMEs de Centroamérica, no sólo mediante apoyo crediticio sino con capacitación, asesoría y asistencia técnica.

g. Marco Político del Comercio Exterior e Inversión Extranjera

La política de comercio exterior de Costa Rica es parte integral de la política de desarrollo del país, la cual fundamenta el crecimiento económico como un factor necesario para la reducción de pobreza.

El Ministerio de Comercio Exterior (COMEX) fue creado en 1986 mediante la Ley de Presupuesto Extraordinario

No. 7040. En dicha ley se asignaban, por primera vez, fondos públicos para financiar el funcionamiento de ese Ministerio. Posteriormente, en la Ley de Presupuesto No. 7055 del 11 de diciembre 1986, se establece que el COMEX sería el rector del sector comercio exterior, encomendándosela en ese entonces "la formulación, planificación y la dirección de las políticas de comercio exterior, de inversiones y de cooperación económica externa en materia de comercio exterior". (Ref. Anexo 1)

El objetivo de la política de comercio exterior es consolidar la inserción inteligente de Costa Rica en la economía mundial en concordancia con los objetivos de crecimiento económico sostenido y de bienestar social. La política se sustenta en 5 ejes:

a) Negociaciones comerciales internacionales
b) Administración de Tratados Comerciales
c) Promoción de las inversiones
d) Promoción de las exportaciones
e) Relaciones con la sociedad civil

Ha suscrito fuera del marco de la Unión Centroamericana tratados comerciales con China y Singapur.
La balanza de servicios ha sido excedentaria, debido en gran parte a los ingresos del turismo. El principal socio comercial de Costa Rica son los Estados Unidos, que representan cerca del 40% del comercio total de Costa Rica. Las principales exportaciones son los productos manufacturados, y el producto que más se exporta son los microprocesadores.

Dentro de los productos agropecuarios, el principal rubro de exportación es la banana. Cerca del 80% de las importaciones son productos manufacturados, circuitos electrónicos integrados y microconjuntos electrónicos, productos químicos y combustibles. Costa Rica es un receptor neto de inversión directa extranjera, la cual ha hecho una importante contribución al crecimiento del PIB.

La Constitución prevalece sobre todas las demás leyes. Los tratados públicos, los convenios internacionales y los concordatos, aprobados por la Asamblea Legislativa, tienen autoridad superior a las leyes desde su promulgación o desde el día que ellos designen. Los tratados públicos y los convenios internacionales referentes a la integridad territorial o la organización política del país requieren la aprobación de la Asamblea Legislativa.
El fomento de las inversiones persigue fomentar el establecimiento de compañías nacionales y extranjeras de alto valor agregado que fomenten la diversificación de la producción y el desarrollo de nuevos productos.

h. Actores responsables de la Política Comercial y la Inversión Extranjera

Un cambio importante en materia institucional de inversiones es el rol más activo en materia de inversión que ha adoptado COMEX desde junio de 2005 con la creación de una Dirección de Inversión y Cooperación dentro del Ministerio. Durante el período 2001-06 la Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo (CINDE) continuó jugando un papel muy activo en la promoción de la inversión extranjera.

El COMEX coordina también la implementación de la política comercial. La ley del COMEX define la creación del Consejo Consultivo de Comercio Exterior como órgano de consulta en materia de comercio exterior e inversión extranjera, así como instancia de diálogo con los representantes de los distintos sectores económicos de la sociedad. El COMEX coordina su trabajo con la Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER, creada en el año 1996 mediante la Ley 76-38.), que se encarga de promover la oferta exportable en el exterior, y con la Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo (CINDE), organización privada que tiene por objeto promover las condiciones necesarias para atraer inversiones nacionales y extranjeras y a la vez establecer programas de inversión.

La CINDE es una organización privada sin fines de lucro, fundada hace 25 años y a la fecha ha atraído alrededor de 200 compañías a Costa Rica. Dentro de las organizaciones están: Western Union, Procter & Gamble, Intel, entre otros.

En el informe comparativo mundial de la promoción de inversiones 2009, realizado por FIAS (Servicios de Asesoría de Clima de Inversión) del Banco Mundial, la CINDE está clasificada entre las 10 mejores agencias de promoción comercial y de inversión extranjera a nivel mundial.

i. Marco Jurídico y Fiscal de la Inversión Extranjera

Costa Rica ha aplicado una estrategia orientada a la exportación, basada en concesiones en materia de aranceles y otras cargas fiscales. Esto puede haber sido un elemento del sólido crecimiento económico registrado por Costa Rica en los últimos años, sobre todo porque alienta la inversión, aunque los vínculos entre las actividades orientadas al mercado interno y las orientadas a la exportación siguen siendo débiles, y los incentivos existentes afectan la asignación de recursos y dificultan los esfuerzos destinados a consolidar la situación fiscal. (Ref. Anexo 1)

Costa Rica considera como complementarias sus iniciativas de liberalización del comercio a nivel unilateral, regional y multilateral. Costa Rica es Miembro fundador de la OMC; participa en el Acuerdo sobre Tecnología de la Información, y adoptó el Quinto Protocolo sobre los servicios financieros.

Costa Rica posee un régimen de inversiones abierto pero con algunas excepciones importantes. El Estado mantiene derechos exclusivos en la importación, refinación y distribución de petróleo y sus derivados; los servicios de seguros, ferrocarriles, puertos marítimos y aeropuertos, y algunos servicios postales. El Estado mantiene asimismo concesiones únicas para el suministro de determinados servicios básicos de electricidad y telecomunicaciones. Sin embargo, con la firma del DR-CAFTA debe abrirse a la inversión privada en el tema de telecomunicaciones y seguros.

Costa Rica ha tomado medidas para modernizar su régimen comercial, simplificando e informatizando los procedimientos aduaneros, y adoptando nuevos reglamentos sobre éstos y la valoración en aduana. Los aranceles son el principal instrumento comercial de Costa Rica. Todos los derechos arancelarios son ad valorem. El promedio de los aranceles de NMF aplicados es del 6,9%.

Las importaciones reciben trato nacional en la aplicación de los impuestos internos, excepto en algunos casos como el impuesto del Instituto de Fomento y Ayuda Municipal, el cual se aplica al 10% sobre la cerveza importada y al 3% sobre la cerveza nacional. El impuesto del Instituto de Desarrollo Agrario se grava a tasas del 5% a los refrescos gaseosos de marcas nacionales y el 10% a los refrescos producidos en Costa Rica por concesionarios de marcas internacionales o refrescos importados.

El marco jurídico en materia de política de competencia de Costa Rica proscribe toda práctica monopolizadora, pero excluye de su aplicación a los agentes prestadores de servicios públicos en virtud de una concesión y a los monopolios del Estado creados por ley. Como se ha indicado, ciertos servicios, tales como seguros, destilación de alcohol, suministro de combustibles, ciertos servicios de telecomunicaciones, y transmisión eléctrica, son prestados exclusivamente por empresas estatales.

La contribución del sector manufacturero al PIB de Costa Rica es de alrededor del 20% y su contribución a las exportaciones del 65%. Las actividades manufactureras que se realizan al amparo de regímenes comerciales especiales son de gran importancia para Costa Rica. En particular, las zonas francas se han convertido en importantes generadores de exportaciones y en un imán para la inversión extranjera.

Costa Rica permite la presencia de bancos extranjeros a través de subsidiarias pero no de sucursales. Una vez establecidos, los bancos extranjeros reciben trato nacional.

Los puertos marítimos han enfrentado problemas relacionados con los costos de operación y la insuficiente inversión en infraestructura. Los puertos marítimos deben permanecer en el dominio y control del Estado, pero se pueden otorgar concesiones a operadores privados para la prestación de servicios.

Con excepción de compromisos en servicios médicos y dentales, Costa Rica no cuenta con compromisos específicos en el sector de servicios profesionales en el marco del AGCS (Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios de la OMC). En general, el ejercicio de casi todas las profesiones está reservado a los integrantes de los respectivos Colegios Profesionales. Los extranjeros pueden inscribirse en dichos Colegios, aunque en general tienen que cumplir requisitos adicionales a los aplicados a los costarricenses.

Los requisitos de residencia se aplican en forma diferenciada dependiendo del tipo de profesión y podrían representar una barrera importante al suministro de servicios profesionales por extranjeros. A fines de 2006, se preparaban propuestas para una mayor participación de extranjeros en servicios de contaduría pública.

No existe en Costa Rica una ley especial de inversión extranjera, ni tampoco una regulación específica a nivel administrativo para regular la inversión extranjera. El Artículo 19 de la Constitución establece que los extranjeros tienen los mismos deberes y derechos individuales y sociales que los costarricenses, con las excepciones y limitaciones que la misma Constitución y las leyes establecen.

El trato de nación más favorecida está garantizado a inversionistas extranjeros en cláusulas contenidas en tratados bilaterales de inversión, tratados de libre comercio o bajo el AGCS. Los inversionistas extranjeros tienen el derecho de beneficiarse de los mismos tipos de incentivos otorgados a empresas costarricenses.

El artículo 45 de la Constitución Política delimita el marco normativo dentro del cual la expropiación es regulada. Por motivos de necesidad pública la Asamblea Legislativa puede, mediante el voto de dos tercios de la totalidad de sus miembros, imponer a la propiedad limitaciones de interés social. La Ley de Expropiaciones (Ley Nº 7495 de 8 de junio de 1995) establece los principios para determinar la indemnización a pagar por el Estado, utilizando el concepto del "justo precio".

j. Relaciones Comerciales Internacionales

Costa Rica mantiene igualmente una activa política de negociación e implementación de acuerdos preferenciales. Además de su participación en el MCCA, Costa Rica tiene en vigor tratados de libre comercio con Canadá, CARICOM, Chile, México y la República Dominicana. Asimismo, tiene vigente un acuerdo de intercambio preferencial con Panamá con quien desde 1998 negocia un tratado de libre comercio. (Ref. Anexo 1)

En 2004, Costa Rica concluyó la negociación del Tratado de Libre Comercio entre la República Dominicana, Centroamérica y los Estados Unidos, aprobado en la agenda legislativa de Costa Rica. Las negociaciones del acuerdo de asociación y comercio con la Unión Europea fue suscrito en mayo del año 2010 por todos los

[illegible]

[illegible]

5. Análisis de vulnerabilidad en Costa Rica

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

4. CHILE

El órgano encargado de la atracción de las inversiones extranjeras en Chile es el **Ministerio de Economía, Fomento y Turismo**. (www.economia.cl). Por otra parte, el fomento a las exportaciones está a cargo del **Ministerio de Relaciones Exteriores.**

La misión del ministerio de Economía es: "promover la modernización y competitividad de la estructura productiva del país, la iniciativa privada y la acción eficiente de los mercados, el desarrollo de la innovación y la consolidación de la inserción internacional de la economía del país a fin de lograr un crecimiento sostenido, sustentable y con equidad, mediante la formulación de políticas, programas e instrumentos que faciliten la actividad de las unidades productivas del país y sus organizaciones corporativas y las instituciones relacionadas con el desarrollo productivo y tecnológico del país, tanto públicas y privadas, nacionales y extranjeras."

El Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, cuenta con una gama de Servicios Dependientes y Relacionados entre sí:

- **Comité de Inversiones Extranjeras**

Organismo autónomo a nivel ministerial, el Comité de Inversiones Extranjeras es la única entidad autorizada para actuar a nombre del Estado de Chile para aceptar flujos de capital extranjero bajo las normas del Estatuto de la Inversión Extranjera (D.L. 600).

- **Corporación de Fomento de la Producción (Corfo)**

Creada en 1939, la Corfo es el organismo encargado de impulsar la actividad productiva nacional. Promueve el desarrollo económico de Chile, a través del fomento de la competitividad y la inversión, contribuyendo a generar más y mejores empleos e igualdad de oportunidades para la modernización productiva.

- **Empresa Abastecimiento de Zonas Aisladas (Emaza)**

Empresa del Estado, con personalidad jurídica y patrimonio propio, de duración indefinida, que fue creado en 1960 a través del decreto con fuerza de ley N° 274.

- **Fiscalía Nacional Económica (FNE)**

Su misión es instruir las investigaciones sobre atentados a la libre competencia y demás infracciones económicas

que le encomienda la ley, ya sea de oficio o por denuncia o consulta de autoridades y de público en general.

- **Instituto Nacional de Estadísticas (INE)**

El Instituto Nacional de Estadísticas (INE) es uno de los organismos públicos con mayor trayectoria en el país. Dado su carácter técnico e independiente, el INE produce, analiza y difunde las estadísticas oficiales y públicas de Chile.

- **Instituto Nacional de Propiedad Industrial (Inapi)**

La misión del Instituto Nacional de Propiedad Industrial (Inapi) es contribuir al desarrollo nacional estimulando la innovación y la creatividad mediante la protección de la propiedad industrial y la gestión del conocimiento

- **Servicio Nacional del Consumidor (Sernac)**

El Sernac es un servicio público autónomo, descentralizado y desconcentrado regionalmente, que tiene como rol fundamental informar, educar, orientar y proteger a los consumidores.

- **Servicio Nacional de Turismo (Sernatur)**

El Servicio Nacional de Turismo (Sernatur) es el organismo público a través del cual el gobierno chileno propone la Estrategia de Desarrollo para el Turismo. En este marco, define y ejecuta su plan de acción.

- **Sistema de Empresas (SEP)**

El Sistema de Empresas (SEP) es un organismo técnico del gobierno de Chile, cuya función es representar los intereses del Estado en empresas en que éste es socio, accionista o propietario.
El brazo operativo del ministerio que se encarga específicamente de la atracción de inversión extranjera es la Corporación de Fomento de la Producción (Corfo). sobre este aspecto existe un Comité de Inversiones cuya misión institucional es la de "Apoyar el posicionamiento de Chile como plaza de alto atractivo para la inversión extranjera y los negocios internacionales actuando en materias relacionadas con la administración y difusión de la normativa legal pertinente, el desarrollo de actividades de promoción de diversa índole y la elaboración de información relevante en materia de inversión extranjera, para inversionistas extranjeros y potenciales inversionistas."

Los objetivos estratégicos de este comité son:

- Velar por la correcta aplicación del Estatuto de la Inversión Extranjera con el objeto de resguardar los derechos del Estado, como de los inversionistas extranjeros, mediante la difusión de su contenido y

la administración de los procedimientos jurídicos vinculado a éste: análisis de solicitudes, celebración de contratos, autorización de remesas.

- Desarrollar todo tipo de iniciativas cuyo objeto sea informar, promocionar, coordinar y ejecutar toda acción tendiente a incentivar el ingreso de inversión extranjera.

- Mantener un registro estadístico actualizado y fidedigno de la inversión extranjera acogida al Estatuto de la Inversión Extranjera, mediante la sistematización de la información referida a los contratos como a los flujos de capital que se efectúan con cargo a éstos, con el propósito de resguardar los intereses de los inversionistas como asimismo elaborar informes estadísticos de uso público.

El comité de Inversiones actúa como ente regulador y da un apoyo institucional a Corfo en su labor de captación de inversión extranjera.

Respecto a las exportaciones del país Prochile es la institución gubernamental que se encarga de este aspecto. Prochile es una agencia que pertenece a la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile, que desarrolla tareas con el fin de profundizar y proyectar la política comercial del país.

CORFO

a. Organismo

La ***Corporación de Fomento*** fue creada en 1939 como el Organismo chileno encargado de impulsar la actividad productiva nacional.

La misión que tiene la Corporación es: "Lograr que en Chile emerjan y crezcan más empresas innovadoras, dinámicas, responsables e insertas en el mundo, mediante el apoyo a proyectos de alto impacto, para contribuir a hacer realidad las aspiraciones de prosperidad y desarrollo de los chilenos."

Las áreas de acción sobre las que ***Corfo*** trabaja son:

- La innovación y el desarrollo tecnológico.
- La modernización de las empresas que se asocian para competir.
- El mejoramiento de la gestión empresarial.

- El financiamiento y desarrollo de instrumentos financieros para atender las necesidades de las empresas
- El desarrollo productivo regional y de sectores emergentes.

Para el desarrollo de estas áreas de acción se hay creado cuatro gerencias:

Fomento: Contribuye al aumento de valor de los negocios de las empresas para hacerlas más competitivas, mediante el mejoramiento de su gestión, y el fortalecimiento de sus redes y alianzas.

Intermediación Financiera: Facilita el acceso al financiamiento de las empresas para sus actividades productivas, a través de iniciativas que contribuyan a solucionar imperfecciones del mercado financiero.

InnovaChile: Apoya a las empresas nacionales a acceder a tecnologías que no conocen y a desarrollar productos y servicios de mayor valor y diferenciación, que les permitan satisfacer mejor las necesidades de sus clientes.

Inversión y Desarrollo: Localiza en Chile proyectos de inversión privada, de origen nacional y extranjero, en sectores de alto potencial. Esto, a través de un proceso de promoción de inversiones activo y focalizado.

Es precisamente a través de esta última Gerencia que ***Corfo*** realiza se labor de atracción de inversiones extranjeras. Lo anterior se materializa a través de un proceso de promoción de inversiones activo y focalizado, el cual comprende servicios de información, asesoría e incentivos económicos para inversionistas en proceso de evaluación y materialización de sus negocios.

La unidad encargada de la atracción de inversión extranjera dentro de la gerencia de Inversión y Desarrollo es InvestChile.

Ilustración 6 - Logo InvestChile de Corfo

Los sectores a los que se les ha dado prioridad son:

- Clusters Productivos asociados a Recursos Naturales
- Servicios Globales (Offshoring)

- Energías Renovables No Convencionales
- Sectores y cadenas productivas priorizadas a nivel regional

b. Estructura

El organigrama funcional de Corfo se presenta a continuación:

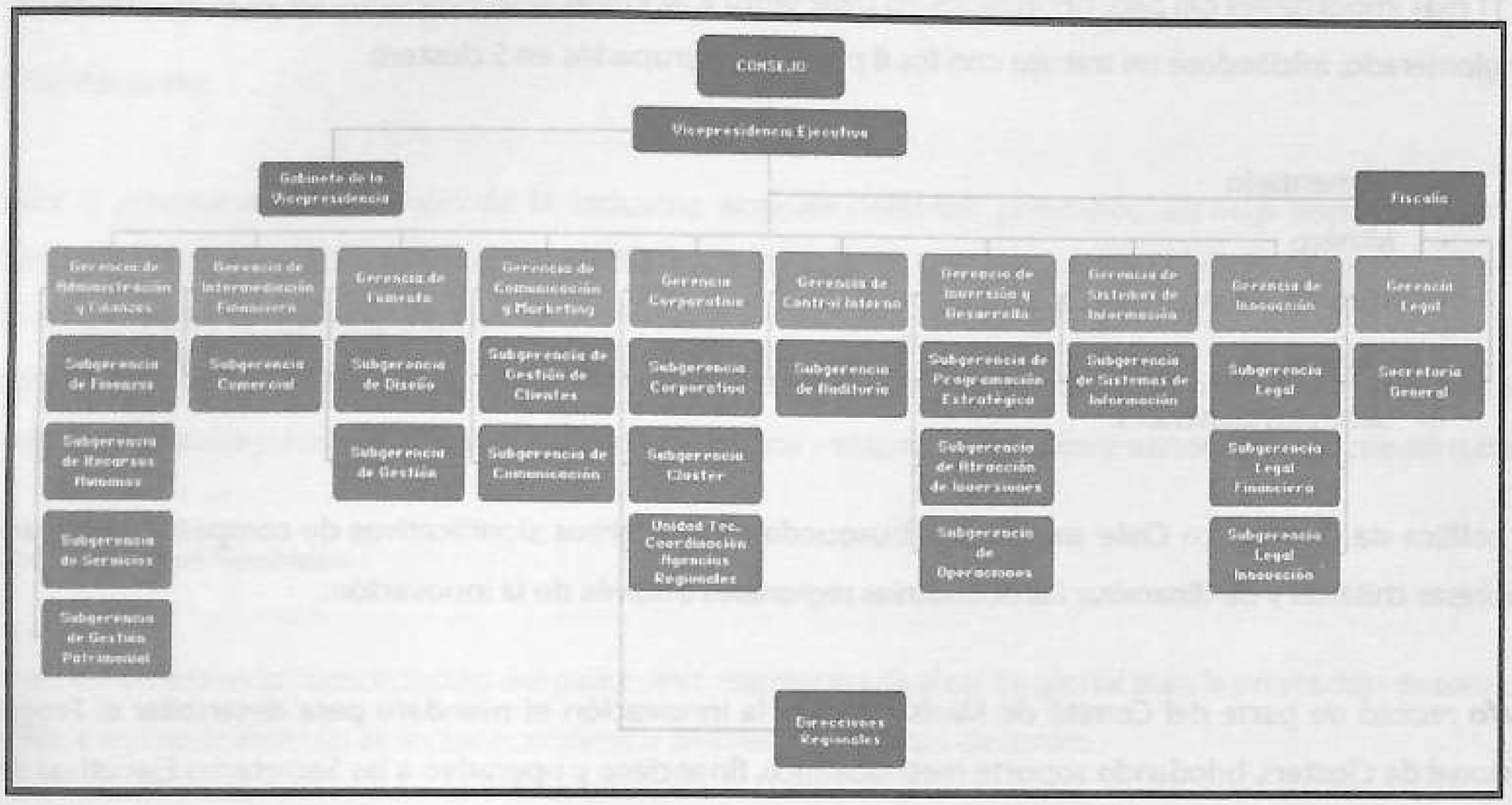


Ilustración 7 - Organigrama Corfo.

Es importante señalar que el Consejo Directivo de Corfo está integrado por cinco ministros, el vicepresidente ejecutivo de Corfo y un delegado presidencial directamente nombrado por el Presidente de la República.

c. Estrategia

Corfo es la agencia de Desarrollo económico de Chile. Como tal tiene su foco en el impulso a la innovación, el apoyo a la pyme y el desarrollo productivo de las regiones del país.

A comienzos de 2000, y fruto de los estudios y evidencias internacionales, el modelo de desarrollo económico chileno dejó de ser neutral e incorporó elementos de selectividad, lo que permitió que durante 2005 se iniciara un proceso de estudio e identificación de las áreas y sectores prioritarios de desarrollar en el país.

El año 2006 el Consejo Nacional de Innovación para la Competitividad define la Política de Innovación, tendiente a duplicar el Producto Interno Bruto per cápita al 2020. Para alcanzar tal objetivo, se decide impulsar selectivamente los sectores con mayor potencial competitivo del país y donde la demanda mundial crece más

rápido, diagnóstico surgido de la investigación "Estudio de Competitividad en Clusters de la Economía Chilena", que hizo foco en el análisis de sectores específicos de la economía chilena y la elaboración de una serie de recomendaciones para acelerar su crecimiento.

A partir del reconocimiento de los 33 sectores con mayor potencial de crecimiento para Chile, se seleccionaron los 11 más importantes del país, priorizados en base tanto a su impacto directo como de su potencial de formar conglomerado, iniciándose un trabajo con los 8 primeros, agrupados en 5 clusters:

- Alimentario
- Minero
- Turismo de Intereses Especiales
- Acuícola
- Servicios Generales.

La política de Clusters en Chile surge de la búsqueda de aumentos significativos de competitividad para las empresas chilenas y de dinamizar las economías regionales a través de la innovación.

Corfo recibió de parte del Comité de Ministros para la Innovación el mandato para desarrollar el Programa Nacional de Clusters, brindando soporte metodológico, financiero y operativo a las Secretarías Ejecutivas de los Consejos Estratégicos público-privados de los clusters.

En 2008 se produce la instalación de los clusters, que contempló la conformación de los Consejos Estratégicos, la elección de los Secretarios Ejecutivos y la elaboración de las Agendas específicas, proceso que concluyó con el lanzamiento público de cada cluster. Entre fines del año y el primer trimestre de 2009 los Consejos Estratégicos de cada cluster validan y llegan a consenso sobre los puntos más importantes de sus respectivas agendas estratégicas.

Durante 2009, las Secretarías Ejecutivas de cada cluster implementan las agendas estratégicas, con objetivos de corto, mediano y largo plazo, definiendo el portafolio de proyectos 2009 y apalancando recursos para su financiamiento desde servicios e instituciones públicas e instituciones y organismos privados. Estas agendas contienen acciones concretas para el acortamiento de brechas de competitividad, apuntando a acortar déficit en ejes estratégicos para los sectores como son Innovación, Capital Humano, Desarrollo de Proveedores y Asociatividad, entre otros, de acuerdo a la especificidad de cada cluster.

Clusters Alimentarios

[illegible]

Clusters Textiles

[illegible]

Clusters Servicios Globales

[illegible]

Clusters Marcas

[illegible]

[illegible]

- [illegible]
- [illegible]
- [illegible]

- Contribuir a la diversificación de la matriz energética del país.

d. Programas, Acciones y Servicios

Los programas de apoyo que tiene ***Corfo*** a la inversión son los siguientes:

- Subsidio a Estudios de Preinversión en la Etapa Avanzada para proyectos de ERNC

  Subsidio para cubrir parte de los costos de estudios en fases avanzadas, para proyectos de generación de energía eléctrica sobre la base de fuentes renovables no convencionales.

  Quiénes pueden postular:

  - Empresas privadas, sean personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, que pretendan desarrollar proyectos de inversión en generación de energía eléctrica sobre la base de fuentes renovables no convencionales.

  - Personas Jurídicas de derecho privados sin fines de lucro, nacionales o extranjeras, tales como corporaciones, fundaciones y asociaciones gremiales.

  Qué subsidia: Proyectos cuyo monto de inversión estimada supere los US$ 400.000.- (cuatrocientos mil dólares).

  Cuánto subsidia: Hasta un 50% del costo total de los estudios de ingeniería en etapas avanzadas. Entrega un monto máximo de hasta un 5% del valor estimado de la inversión, con un tope máximo de US$ 160.000 por proyecto evaluado.

- Subsidio a Estudios y o Asesorías Especializadas en la Etapa de Preinversión Regiones

  Subsidio destinado a cubrir parte de los costos de estudios o asesorías especializadas para evaluar la factibilidad de una inversión.

  Quiénes pueden postular: Empresas privadas, sean personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, que pretendan desarrollar proyectos de inversión en diversas regiones del país, con exclusión de la Región Metropolitana.

  Qué subsidia: Proyectos de inversión de carácter productivo por montos iguales o superiores a US$ 400.000 cuando se trate de proyectos nuevos, y por montos iguales o superiores a US$ 250.000 para

proyectos de expansión que hayan cumplido satisfactoriamente la fase inicial de inversión.

Cuánto subsidia: Hasta un 50% del costo total del estudio o asesoría. El monto máximo es de hasta un 2% del valor estimado de la inversión, con un tope máximo de US$ 60.000 por proyecto.

- Subsidio a Estudios de Preinversión en Zonas Extremas y de Rezago Productivo

Subsidio destinado a impulsar la inversión privada en zonas extremas y/o de rezago productivo, a través de la entrega de incentivos para la evaluación y promoción de oportunidades de inversión, e instalación de empresas, facilitando además la creación de nuevos puestos de trabajo.

Quiénes pueden postular:

- Empresas privadas, sean personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, que desarrollen nuevos proyectos de inversión o ampliación sustancial de los existentes, localizados o que se localicen en las Zonas Extremas y/o de Rezago Productivo , y que contemplen una inversión de al menos US$ 100.000.
- Constituyen excepción las empresas cuyos proyectos se localicen en la Comuna de Lota, Provincia de Concepción, y en las comunas de la Provincia de Arauco, excluida la Comuna de Arauco (VIII Región del Biobío); en las Provincias de Palena (X Región de Los Lagos) y de Parinacota (XV Región de Arica y Parinacota). En estos casos podrán contemplar una inversión de al menos US$ 50.000.

Qué subsidia: Estudios de prefactibilidad; factibilidad; de localización; y otros estudios previos y necesarios para la materialización de la inversión.

Cuánto subsidia: El monto no podrá exceder del 60% del costo total del estudio y tendrá un tope máximo por empresa de US$ 8.000.

- Subsidio a Estudios de Preinversión Alta Tecnología

Subsidio que apoya la definición y formulación de proyectos de negocio innovadores con expectativas de alto crecimiento.

Quiénes pueden postular:

- Empresas extranjeras que pretendan ejecutar proyectos de inversión de alta tecnología en cualquiera de las regiones del país y que contemplen una inversión igual o superior a US$ 500.000.

- Entidades tecnológicas extranjeras que pretendan ejecutar proyectos de inversión de alta tecnología en cualquiera de las regiones del país y que contemplen una inversión igual o superior a US$ 500.000.
- Excepcionalmente, pueden postular centros, entidades o instituciones tecnológicas nacionales, siempre que concurran con una empresa o entidad tecnológica extranjera, bajo una modalidad asociativa. Para esta modalidad, el monto de inversión del proyecto podrá ser inferior a US$ 500.000.
- Empresas nacionales, sólo respecto de proyectos a ejecutarse en la Provincia de Valparaíso, Región de Valparaíso (V) que pretendan ejecutar proyectos de inversión de alta tecnología y que contemplen una inversión igual o superior a US$ 1.000.000.

Qué subsidia: Proyectos de inversión de alta tecnología, es decir aquellos que favorezcan en forma intensiva el desarrollo y/o uso de nuevas tecnologías en los campos de las Tics, biotecnollogía, nuevos materiales, electrónica e ingeniería de procesos. También serán elegibles proyectos que apliquen nuevas técnicas de producción en la elaboración y agregación de valor a la industria de recursos naturales en el país.

Cuánto subsidia:
El monto máximo de subsidio es de hasta US$ 30.000.

- Subsidio a la Facilitación de la Puesta en Marcha en Zonas Extremas y de Rezago Productivo
  Subsidio que apoya la inversión privada en zonas extremas o de rezago productivo, a través de la entrega de incentivos para la evaluación y promoción de oportunidades de inversión, e instalación de empresas, facilitando además la creación de nuevos puestos de trabajo.

Quiénes pueden postular: Empresas privadas, personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, que desarrollen nuevos proyectos de inversión o ampliación sustancial de los existentes, localizadobvuoJL s en las Zonas Extremas o de Rezago Productivo y que contemplen una inversión de al menos US$ 100.000.
Constituyen excepción las empresas cuyos proyectos se localicen en la Comuna de Lota, Provincia de Concepción, y en las comunas de la Provincia de Arauco, excluida la Comuna de Arauco (VIII Región del Biobío); en las Provincias de Palena (X Región de Los Lagos) y de Parinacota (XV Región de Arica y Parinacota). En estos casos podrán contemplar una inversión de al menos US$ 50.000.

Qué subsidia: Subsidia la materialización de inversiones en activos fijos originadas por el proyecto de inversión. Entre otras actividades, subsidia compra y urbanización de terrenos, construcción de infraestructura industrial, equipamiento tecnológico.

Cuánto subsidia: En Zonas Extremas, el monto no podrá exceder del 50% de la inversión en activos fijos inmovilizados, con un tope máximo por empresa de US $ 70.000.En Zonas en Rezago Productivo, el monto no podrá exceder del 50% de la inversión en activos fijos, con un tope máximo de US$ 210.000 para la Provincia de Arauco y las Comunas de Lota y Coronel de la Provincia de Concepción (VIII Región); y de US$ 70.000 para las áreas industriales y turísticas de la Provincia de Valparaíso (V Región).

- Subsidio a la Facilitación de la Puesta en marcha Alta Tecnología

  Subsidio que apoya la definición y formulación de proyectos de negocio innovadores con expectativas de alto crecimiento.

  Quiénes pueden postular:

  - Empresas extranjeras que pretendan ejecutar proyectos de inversión de alta tecnología en cualquiera de las regiones del país y que contemplen una inversión igual o superior a US$ 500.000.
  - Entidades tecnológicas extranjeras que pretendan ejecutar proyectos de inversión de alta tecnología en cualquiera de las regiones del país y que contemplen una inversión igual o superior a US$ 500.000.
  - Excepcionalmente, pueden postular centros, entidades o instituciones tecnológicas nacionales , siempre que concurran con una empresa o entidad tecnológica extranjera, bajo una modalidad asociativa. Para esta modalidad, el monto de inversión del proyecto podrá ser inferior a US$ 500.000.
  - Empresas nacionales, sólo respecto de proyectos a ejecutarse en la Provincia de Valparaíso, Región de Valparaíso (V) que pretendan ejecutar proyectos de inversión de alta tecnología y que contemplen una inversión igual o superior a US$ 1.000.000.

Qué subsidia: Proyectos de inversión de alta tecnología, es decir aquellos que favorezcan en forma intensiva el desarrollo y/o uso de nuevas tecnologías en los campos de las Tics, biotecnología, nuevos materiales, electrónica e ingeniería de procesos. También serán elegibles proyectos que apliquen nuevas técnicas de producción en la elaboración y agregación de valor a la industria de recursos naturales en el país.

[illegible]

- [illegible]

[illegible]

[illegible]

[

pretendan ejecutar proyectos de inversión de alta tecnología en cualquiera de las regiones del país y que contemplen una inversión igual o superior a US$ 500.000.

- Excepcionalmente, pueden postular centros, entidades o instituciones tecnológicas nacionales, con personalidad jurídica propia, en la medida que concurran con una empresa o entidad tecnológica extranjera, bajo una modalidad asociativa. Para esta modalidad de postulación, el monto de inversión del proyecto podrá ser inferior a US$ 500.000.
- Empresas nacionales. Sólo respecto de proyectos a ejecutarse en la Provincia de Valparaíso, V Región que pretendan ejecutar proyectos de inversión de alta tecnología y que contemplen una inversión igual o superior a US$ 1.000.000.

Qué subsidia: Subsidia la compra de terrenos, urbanización de terrenos, construcción de infraestructura industrial, equipamiento tecnológico, entre otros, en proyectos de inversión de alta tecnología que favorezcan en forma intensiva el desarrollo y/o uso de nuevas tecnologías en los campos de las TICs, biotecnología, nuevos materiales, electrónica e ingeniería de procesos. También serán elegibles proyectos que apliquen nuevas técnicas de producción en la elaboración y agregación de valor a la industria de recursos naturales en el país.

Cuánto subsidia: El monto del subsidio no podrá ser superior al 40% de la inversión en activos fijos inmovilizados con un tope máximo de US$ 2.000.000 para las empresas extranjeras, y de US$ 500.000 para las empresas nacionales que postulen a través de la Dirección Regional de CORFO Valparaíso. Si una empresa postula a los subsidios a la inversión en activos fijos inmovilizados y al arrendamiento a largo plazo de inmuebles, el monto máximo que se le otorgue por ambos, no podrá ser superior a US$ 2.000.000 por proyecto).

- Subsidio al Arrendamiento a Largo Plazo de Inmuebles de Propiedad de Terceros Alta Tecnología
  Subsidio para el arrendamiento de inmuebles de propiedad de terceros, por un plazo no inferior a cinco (5) años, asociado a un proyecto de inversión.

Quiénes pueden postular:

- Empresas extranjeras que pretendan ejecutar proyectos de inversión de alta tecnología en cualquiera de las regiones del país y que contemplen una inversión igual o superior a US$ 500.000.
- Entidades tecnológicas extranjeras constituidas en el exterior o en Chile como persona jurídica, que pretendan ejecutar proyectos de inversión de alta tecnología en cualquiera de las regiones

del país y que contemplen una inversión igual o superior a US$ 500.000.

- Excepcionalmente, pueden postular centros, entidades o instituciones tecnológicas nacionales, con personalidad jurídica propia, en la medida que concurran con una empresa o entidad tecnológica extranjera, bajo una modalidad asociativa. Para esta modalidad de postulación, el monto de inversión del proyecto podrá ser inferior a US$ 500.000.

- Empresas nacionales. Sólo respecto de proyectos a ejecutarse en la Provincia de Valparaíso, V Región que pretendan ejecutar proyectos de inversión de alta tecnología y que contemplen una inversión igual o superior a US$ 1.000.000.

Qué subsidia: Subsidia el arrendamiento de inmuebles de propiedad de terceros, en proyectos que favorezcan el desarrollo y/o uso de nuevas tecnologías en los campos de las TICs, biotecnología, nuevos materiales, electrónica e ingeniería de procesos. También serán elegibles los proyectos que apliquen nuevas técnicas de producción en la elaboración y agregación de valor a la industria de recursos naturales en el país.

Son áreas susceptibles de inversión los centros de atención a clientes; de servicios compartidos; de reparación, ensamblaje, distribución y logística; de tecnologías de la información y desarrollo de software; entre otros.

Cuánto subsidia: El monto del subsidio no podrá ser superior al 40% del valor de la renta de arrendamiento de los cinco (5) primeros años, con un tope máximo de US$ 1.000.000 por empresa.

Se subsidiarán arriendos con fecha de contrato posteriores a la fecha del Acuerdo del Comité. Podrán considerarse contratos de arriendos celebrados entre la fecha de postulación y el respectivo Acuerdo del Comité, siempre y cuando hayan sido previstos en la postulación.

- Subsidio al uso o arrendamiento de Inmuebles de Propiedad de CORFO Alta Tecnología

  Subsidio para el arrendamiento de inmuebles de propiedad de terceros, por un plazo no inferior a cinco (5) años, asociado a un proyecto de inversión.

Quiénes pueden postular:

- Empresas extranjeras que pretendan ejecutar proyectos de inversión de alta tecnología en cualquiera de las regiones del país y que contemplen una inversión igual o superior a US$ 500.000.

- Entidades tecnológicas extranjeras constituidas en el exterior o en Chile como persona jurídica, que pretendan ejecutar proyectos de inversión de alta tecnología en cualquiera de las regiones del país y que contemplen una inversión igual o superior a US$ 500.000.
- Excepcionalmente, pueden postular centros, entidades o instituciones tecnológicas nacionales, con personalidad jurídica propia, en la medida que concurran con una empresa o entidad tecnológica extranjera, bajo una modalidad asociativa. Para esta modalidad de postulación, el monto de inversión del proyecto podrá ser inferior a US$ 500.000.
- Empresas nacionales. Sólo respecto de proyectos a ejecutarse en la Provincia de Valparaíso, V Región que pretendan ejecutar proyectos de inversión de alta tecnología y que contemplen una inversión igual o superior a US$ 1.000.000.

Qué subsidia: Subsidia el arrendamiento de inmuebles de propiedad de terceros, en proyectos que favorezcan el desarrollo y/o uso de nuevas tecnologías en los campos de las TICs, biotecnología, nuevos materiales, electrónica e ingeniería de procesos. También serán elegibles los proyectos que apliquen nuevas técnicas de producción en la elaboración y agregación de valor a la industria de recursos naturales en el país.
Son áreas susceptibles de inversión los centros de atención a clientes; de servicios compartidos; de reparación, ensamblaje, distribución y logística; de tecnologías de la información y desarrollo de software; entre otros.

Cuánto subsidia: El monto del subsidio no podrá ser superior al 40% del valor de la renta de arrendamiento de los cinco (5) primeros años, con un tope máximo de US$ 1.000.000 por empresa. Se subsidiarán arriendos con fecha de contrato posteriores a la fecha del Acuerdo del Comité. Podrán considerarse contratos de arriendos celebrados entre la fecha de postulación y el respectivo Acuerdo del Comité, siempre y cuando hayan sido previstos en la postulación.

- Subsidio a la inversión en Inmuebles de Interés Turístico o Patrimonial en Lota y Valparaíso

Subsidio destinado a apoyar la inversión privada en las Comunas de Lota y Valparaíso, con la entrega de incentivos para la evaluación y promoción de oportunidades de inversión, e instalación de empresas, facilitando la creación de nuevos puestos de trabajo.

Quiénes pueden postular: Empresas privadas, personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, que desarrollen nuevos proyectos de inversión o ampliación sustancial de los existentes, localizados en las Zonas Extremas o de Rezago Productivo y que contemplen una inversión de al menos US$ 100.000. Son excepción las empresas con proyectos en la Comuna de Lota, Provincia de Concepción,

y en las comunas de la Provincia de Arauco, excluida la Comuna de Arauco (Octava Región); en las Provincias de Palena (Décima Región) y de Parinacota (Primera Región). En este caso podrán contemplar una inversión de al menos US$ 50.000.

Qué subsidia: Subsidia la compra de inmuebles de interés patrimonial localizados en la Comuna de Lota o Valparaíso, los que deben estar destinados, total o parcialmente, a proyectos de inversión turísticos.

Cuánto subsidia: El monto del subsidio no podrá exceder el 40% del monto de la inversión con un tope máximo de US$ 70.000.

- Subsidio a la Formación de Recursos Humanos Alta Tecnología

  Subsidio destinado a subvencionar parte del costo de un Plan de Desarrollo de Habilidades requeridas por un nuevo proyecto de inversión, el cual puede ser ejecutado en el puesto de trabajo.

  Quiénes pueden postular:

  - Empresas extranjeras que pretendan ejecutar proyectos de inversión de alta tecnología en cualquiera de las regiones del país y que contemplen una inversión igual o superior a US$ 500.000.
  - Entidades tecnológicas extranjeras con proyectos en cualquier región del país y que contemplen una inversión igual o superior a US$ 500.000.
  - Por excepción, pueden postular centros, entidades o instituciones tecnológicas nacionales, que concurran con una empresa o entidad tecnológica extranjera, bajo una modalidad asociativa. El monto de inversión podrá ser inferior a US$ 500.000.
  - Empresas nacionales con proyectos a ejecutarse en la Provincia de Valparaíso, V Región, que contemplen una inversión igual o superior a US$ 1.000.000.

  Qué subsidia: Subsidia la ejecución de un Plan de Desarrollo de Habilidades en el puesto de trabajo, en proyectos que favorezcan el desarrollo y/o uso de nuevas tecnologías en los campos de las tecnologías de información y comunicaciones, biotecnología, nuevos materiales, electrónica e ingeniería de procesos. También en proyectos que apliquen nuevas técnicas de producción en la elaboración y agregación de valor a la industria de recursos naturales en el país.

  Cuánto subsidia: Los montos que a continuación se indican por cada trabajador que resulte beneficiario:

- En los Centros de Atención a Clientes, Servicios Compartidos, Centro de Reparación, Ensamblaje, Distribución y Logística, hasta el 25% del sueldo bruto anual, con un tope máximo de US$ 5.000.
- En los Centros de Tecnologías de Información y Desarrollo de Software, Knowledge Centres, Centros de Integración y Desarrollo Tecnológico y Centros de Investigación Tecnológica, hasta el 50% del sueldo bruto anual, con un tope máximo de US$ 25.000. En el caso de profesionales extranjeros se podrá subvencionar hasta el 30% del sueldo bruto anual.

  Sin perjuicio de lo anterior, para las postulaciones de empresas nacionales a la Dirección Regional CORFO Valparaíso, el tope máximo será de US$ 3.500 por trabajador contratado y hasta un 20% del sueldo bruto anual.

- Subsidio a Programas de Capacitación de Alta Especialización Alta Tecnología

  Subsidio destinado a apoyar el desarrollo de un Programa de Capacitación de Alta Especialización.

  Quiénes pueden postular:

  - Empresas que contraten o prevean contratar trabajadores residentes en el país, en nuevos puestos de trabajos, generados por el proyecto de inversión, que requieran de alta especialización. Éstas pueden ser:
  - Empresas extranjeras que pretendan ejecutar proyectos de inversión de alta tecnología en cualquiera de las regiones del país y que contemplen una inversión igual o superior a US$ 500.000.
  - Entidades tecnológicas extranjeras constituidas en el exterior o en Chile como persona jurídica, que pretendan ejecutar proyectos de inversión de alta tecnología en cualquiera de las regiones del país y que contemplen una inversión igual o superior a US$ 500.000.
  - Excepcionalmente, pueden postular centros, entidades o instituciones tecnológicas nacionales, con personalidad jurídica propia, en la medida que concurran con una empresa o entidad tecnológica extranjera, bajo una modalidad asociativa. Para esta modalidad de postulación, el monto de inversión del proyecto podrá ser inferior a US$ 500.000.
  - Empresas nacionales. Sólo respecto de proyectos a ejecutarse en la Provincia de Valparaíso, V Región que pretendan ejecutar proyectos de inversión de alta tecnología y que contemplen una inversión igual o superior a US$ 1.000.000.

Qué subsidia: En proyectos de inversión de alta tecnología, que favorezcan en forma intensiva el desarrollo y/o uso de nuevas tecnologías en los campos de las TICs, biotecnología, nuevos materiales, electrónica e ingeniería de procesos; y también, en aquellos que apliquen nuevas

técnicas de producción en la elaboración y agregación de valor a la industria de recursos naturales en el país, subsidia actividades que permitan identificar, capacitar y/o reclutar profesionales chilenos y extranjeros de alta especialización. Asimismo, comprende la formación en capacidades y competencias de alto componente tecnológico y sofisticación que no se encuentran fácilmente disponibles en el mercado chileno. Podrá considerar, además, la contratación y traída de expertos internacionales y de especialistas extranjeros, con el objeto de facilitar el proceso de capacitación al interior de la empresa o entidad tecnológica.

Cuánto subsidia: Hasta el 50% del costo de un Programa de Capacitación de Alta Especialización, por una sola vez, con un tope máximo de US$ 100.000, el cual deberá ser presentado por la empresa beneficiaria que desarrolla un proyecto de inversión.

e. Financiación

La financiación de los proyectos de los programas que ofrece Corfo proviene de recursos públicos directamente asignados por el Tesoro General de la Nación (TGN) para el presupuesto anual presentado por Corfo. Es importante señalar que al tener Corfo bajo su administración a varias empresas del estado, las utilidades que están generan son entregadas en su totalidad al TGN.

PROCHILE

El Ministerio de Economía y el de Relaciones Exteriores en conjunción de esfuerzos por implementar una política económica con inserción internacional en el país, desarrollaron en 1974, el Instituto de Promoción de Exportaciones de Chile ProChile: http://www.prochile.cl/servicios/estadisticas/index.php

Desde entonces, las políticas de promoción de las Exportaciones se realizan a través del Instituto, integrando las directrices de la política económica exterior de ambos ministerios, con la finalidad de apoyar y mejorar las exportaciones. El foco se puso especialmente en las exportaciones no tradicionales. (Ministerio de Economía)

El 13 de noviembre de 1974 se creó el Instituto de Promoción de Exportaciones de Chile, ***ProChile***, para apoyar el aumento de los envíos al exterior, especialmente los no tradicionales.

Sitio web: http://rc.prochile.cl

La labor de ProChile se basa en cuatro conceptos fundamentales:

1. Apoyo a la pequeña y mediana empresa en su proceso de internacionalización.
2. Aprovechamiento de las oportunidades que generan los Acuerdos Comerciales que tiene el país.
3. Asociatividad público-privada.
4. Posicionamiento de la imagen de Chile en otros mercados. Para ello, cuenta con una red de Oficinas en todo Chile y en los principales mercados del mundo y ha desarrollado una serie de servicios que pone a disposición del exportador en tres áreas específicas:

- Orientación
- Acciones de Promoción Comercial
- Tecnologías de Información.

ProChile cuenta hoy con una representación en cada una de las regiones de Chile y con 60 oficinas en 45 países, para atender a las empresas y facilitar el encuentra entre la oferta y la demanda de bienes y servicios chilenos.

ProChile, convoca, organiza y coordina la participación del sector exportador chileno en diversas actividades anualmente, entre las que destacan:

- **Acciones de promoción comercial:**

  - Misiones

    Viajes de negocios de un conjunto de empresas exportadoras que visitan uno o más mercados relevantes para su oferta exportable, son fundamentales en el trabajo que hace ProChile para el posicionamiento internacional de pequeñas y medianas Pymex.

  - Ferias Internacionales

    Empresas chilenas, apoyadas por ProChile, muestran lo mejor de su oferta de productos y servicios frente a sus potenciales clientes. Las ventajas de participar con ProChile en Ferias Internacionales ofrecen soporte técnico en los mercados de destino, organización del stand y su presentación, reserva de espacios, desarrollo de merchandising, traductores especializados, coordinación de reuniones con potenciales importadores y mucho más.

  - Seminarios Especializados

    ProChile organiza o patrocina seminarios especializados en diversas materias relacionadas con el comercio exterior y las industrias de exportación.

Algunas de los temas de estos eventos son: Certificaciones, servicios, acuerdos comerciales, situación económica mundial, gestión de riesgo en el comercio exterior, aduanas, oportunidades comerciales en mercados específicos, entre otros.

- Muestra y Cata

  ProChile se encarga de mostrar lo mejor de la industria vitivinícola nacional, en eventos especialmente diseñados para lucir los mostos nacionales. En cada destino, ProChile organiza seminarios y degustaciones dirigidas a importadores, distribuidores, tiendas, restaurantes, hoteles, supermercados, prensa y líderes de opinión.[19]

- **Información comercial:**
  - Directorio de exportador
  - Estadísticas de comercio exterior
  - Estudios de mercado
  - Estudios a pedido
  - Asistencia al exportador
  - Cyberexport: Centro de orientación al exportador

- **Asesoría Técnica:**
  - Pymexporta
  - Programa de internacionalización de la agricultura
  - Seminarios especializados
  - Taller de información para exportar

[19]La Muestra y Cata de vinos es un instrumento para las viñas chilenas, que se encuentran en búsqueda de importador bien, para las que ya lo tienen, como una actividad de apoyo para el posicionamiento frente a clientes y prensa especiali zada. Para mayores detalles consultar Prochile en la sección correspondiente.

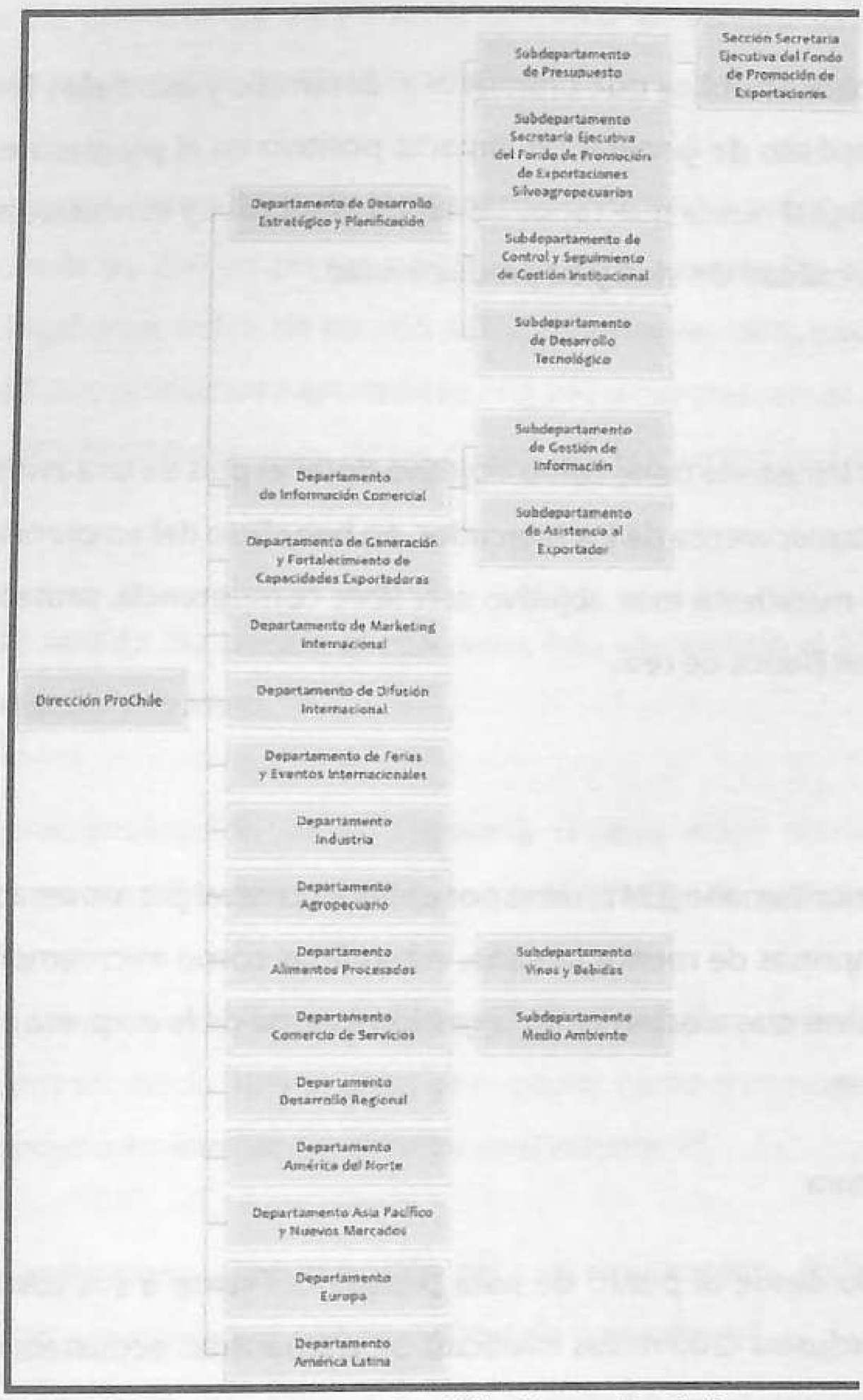


Ilustración 8 - Organigrama ProChile. Fuente: ProChile

a. Estructura

El Ministerio de Economía estructura su labor en torno a áreas sectoriales permanentes.

- Innovación para el Desarrollo

La División de Innovación del Ministerio de Economía está encargada de coordinar a las distintas instituciones públicas vinculadas a la implementación de los planes y programas contenidos en la Política de Innovación, definida por el Comité de Ministros para la Innovación.

- Estrategia Digital

La Estrategia Digital es la política pública que promueve el desarrollo y uso de las Tecnologías de Información y Comunicaciones, con el propósito de generar un impacto positivo en el progreso económico y social del país. En definitiva, la Estrategia Digital busca que todos los sectores sociales y económicos puedan acceder y usar las tecnologías para mejorar su calidad de vida y su productividad.

- Regulación

En materia de regulación, el Ministerio tiene como objetivo dotar el país de una institucionalidad que vele por el funcionamiento eficiente y transparente de los mercados, en beneficio del emprendimiento y los consumidores. Las tres áreas en las que se manifiesta este objetivo son: libre competencia, protección de los consumidores y regulación de servicios domiciliarios de red.

- Pymes

La división Empresas de Menor Tamaño (EMT) tiene por objetivo central promover acciones orientadas a mejorar la competitividad de las empresas de menor tamaño, entendidas como microempresas, pequeñas y medianas empresas, a través de iniciativas que afectan tanto la gestión interna de la empresa como el entorno de negocios en que éstas se desenvuelven.

- Pesca y Acuicultura

Chile es un país privilegiado desde el punto de vista pesquero. Frente a sus costas de 4.300 kms. dentro de nuestra Zona Económica Exclusiva (200 millas náuticas), se encuentran ecosistemas de gran productividad, lo que evidentemente le otorga ventajas casi únicas en el mundo como productor de recursos pesqueros altamente valorados y demandados en los mercados mundiales.

- Turismo

Desde la década del '90 Chile ha experimentado un aumento importante en su actividad turística, lo cual lo ha llevado a posicionarse desde el año 2004 en adelante como el tercer destino más visitado en Sudamérica. No obstante, el turismo continúa siendo un sector emergente en nuestro país.

b. Estrategia

Chile ha sido uno de los países pioneros en América Latina en desarrollar una política de apertura y desregulación económica. El desarrollo del comercio exterior y de la atracción de inversión extranjera constituye uno de los pilares de su política de internacionalización.

Asimismo, ha sido uno de los primeros países en América Latina en realizar una política de fomento a las exportaciones de los productos y servicios no tradicionales.

La diversificación de los intereses comerciales de la economía chilena ha traído como resultado que de una canasta exportadora de no más de 200 empresas y 500 productos exportados a tan sólo 60 mercados, con exportaciones totales que llegaban al orden de los US$ 2.000 millones en 1975, treinta y cinco años después, la canasta exportadora incluya 5.200 productos exportados por 8.240 empresas, a más de 185 mercados de destino, por un total que supera los US$ 60.000 millones, de los cuales casi la cuarta parte corresponde a productos no tradicionales.

"El país ha cambiado en todo sentido: ha crecido la economía, han aumentado el bienestar y la calidad de vida, gozamos de una democracia estable y madura." [20]

La actual etapa de la internacionalización de la economía chilena exige nuevas acciones de promoción económico-comercial. La internacionalización se centra en áreas de negocio y exportaciones no tradicionales.

"...continuará, obviamente, la promoción de los productos más consolidados en el mercado pero, en alianza con otras entidades públicas, hemos avanzado hacia nuevas áreas de negocios, como el comercio de servicios, la atracción de inversiones tecnológicas y el apoyo a las inversiones chilenas en el exterior." [21]

La política de fomento a las inversiones y la promoción del comercio exterior chilena está basada en una Red mundial (ProChile en el mundo) y por una red nacional (Prochile en regiones).

- Red mundial (Prochile en el mundo)

Las Oficinas y Representaciones Comerciales de ProChile están ubicadas estratégicamente en más de 40 países. Cuentan con equipos de trabajo especializados con todo el know-how necesario para apoyar a las empresas exportadoras chilenas en la gestión internacional. Además, realizan una trascendental labor de posicionamiento de la imagen de Chile en el mundo.

- Red nacional Prochile en regiones

A través de sus 15 Direcciones Regionales a lo largo de Chile y su casa matriz en Santiago, ProChile fomenta el

[20] Ministerio de Relaciones Exteriores: Declaración conjunta por el premio a Prochile como mejor instituto de promoción gubernamental de países en desarrollo.
[21] PROCHILE, Objetivos. http://rc.prochile.cl

desarrollo de la oferta exportable. La Red Nacional trabaja en la identificación de la oferta exportable regional con el fin de generar planes de promoción comercial y apoyar a las empresas regionales en la prospección, penetración y permanencia en los mercados externos. A su vez, conjuntamente con el gobierno regional, el sector privado, universidades y otras instituciones contribuyen a promover la internacionalización de las regiones y a potenciar el aprovechamiento de la red de acuerdos comerciales.

c. Programas, Acciones y Servicios

La siguiente tabla es un ejemplo de la diversificación de los sectores exportadores en Chile y su mercado destino. Cada uno de los sectores económicos descritos clasifica un conjunto de actividades económicas prioritarias para su internacionalización, así como el país donde se pretender destinar las exportaciones o atraer las inversiones.

Sector: Agroalimentario y Productos del Mar

Gourmet

Coordinador Nacional: Marcelo Sobarzo

Objetivos Generales del Plan:

Posicionar la oferta gourmet de Chile en mercados internacionales de América Latina, América del Norte y Europa, en base a una oferta compuesta por una variada gama de productos.

Objetivos Específicos del Plan:

1. Contactar potenciales compradores y distribuidores en países de Latinoamérica, Norteamérica y Europa.
2. Desarrollar y confeccionar información de mercados de interés para la industria.
3. Diversificar la canasta exportable, aumentando el número de empresas exportadoras.
4. Constituir en el mediano plazo al sector gourmet en actor relevante dentro de la industria exportadora chilena.

Mercado: Canadá

Sector: Servicios **Logística** *Coordinador Nacional:* Osvaldo Marinao *Objetivos Generales del Plan:* En el contexto de la iniciativa, Chile: País Plataforma se propone diseñar un plan de trabajo que apunte a promocionar los servicios logísticos para el comercio internacional disponibles en el país, incluyendo todos aquellos servicios que apoyan y adicionan valor a las mercaderías que transitan desde y hacia los destinos asociados a los puertos de Chile como puerta de entrada y salida al Oceáno Pacífico. *Objetivos Específicos del Plan:* 1. Identificar un conjunto de servicios logísticos que intervengan en la cadena de valor del comercio internacional que transita por los puertos del país. 2. Identificar las instituciones públicas y privadas que inciden en la eficacia y articulación de este sector en la diferentes regiones con gran presencia de este servicio (agencia de desarrollo regional, intendencia, servicios nacional de aduanas *Mercados:* Chile y Panamá.

Tabla 6 - Fuente: Prochile, Planes Sectoriales, 2010.

ProChile cuenta con diversas acciones de Promoción Comercial:

- Acciones de Promoción Internacional

Son un conjunto de iniciativas (planes estratégicos) de promoción y apoyo al desarrollo exportador de un sector de bienes o servicios que presenta oferta exportable en una o varias regiones del país.

Los principales sectores son:

- Agroalimentario y Productos del Mar
- Industrias
- Servicios
- Multisectoriales

- Semanas de Chile

Actividades que buscan fortalecer los vínculos económicos y comerciales entre Chile y las naciones que se visitan.

- Posicionar a Chile como proveedor confiable de alimentos, bebidas, otros productos y servicios.
- Promover el aumento y la diversificación de las exportaciones de las empresas participantes
- Difundir los atributos de las empresas chilenas
- Atraer inversiones
- Potenciar la imagen-país de Chile en mercados específicos.

Además de lograr un impacto directo en los distintos públicos y potenciales socios comerciales, estas actividades concentran la atención de los medios de comunicación locales, lo que se traduce en una difusión integral de Chile.

- Sabores de Chile

Evento que busca dar a conocer la oferta exportable de alimentos y vinos chilenos, apoyados fuertemente en los referentes de marketing comunicacional.
Está dirigido a importadores, mayoristas y minoristas, cadenas de hoteles, supermercados y restaurantes, distribuidores, ejecutivos, periodistas especializados y líderes de opinión.

- Misiones Comerciales

Buscar nuevos importadores, diversificar los mercados de exportación para un producto o recabar información sobre las tendencias de consumo en un destino específico, son algunos de los objetivos que persiguen las Misiones Comerciales.

Estos viajes de negocios de un conjunto de empresas exportadoras que visitan uno o más mercados relevantes para su oferta exportable, son fundamentales en el trabajo que hace ProChile para el posicionamiento internacional de pequeñas y medianas Pymex.

d. Financiación

ProChile cuenta con diversos tipos de Financiación para las Operaciones de Exportación.

Corfo, por su parte, pone también a disposición de los emprendedores distintas líneas de apoyo, las que consisten en créditos o subsidios y se detallan a continuación:

- **Crédito Corfo Exportación:** Financiamiento al Exportador Chileno. Crédito de mediano y largo plazo que permite a las empresas exportadoras chilenas financiar la adquisición de insumos de producción (materias

primas, materiales, partes, piezas, repuestos y servicios) necesarios para la fabricación de bienes y servicios exportables correspondientes a rubros no tradicionales. También, inversiones, capital de trabajo, gastos de venta y gastos generales y administrativos requeridos para instalar en el extranjero infraestructuras de comercialización destinadas a comercializar productos y servicios que tengan el carácter de exportaciones no tradicionales. Gastos e inversiones derivadas de los procesos de certificación para acceder a los mercados externos. Préstamos a los exportadores para los períodos de pre y post embarque. El crédito es otorgado por bancos comerciales con recursos de Corfo.

- **Crédito Corfo Exportación:** Financiamiento al Comprador Extranjero. Este crédito permite al exportador chileno ofrecer a su comprador en el extranjero financiamiento de largo plazo para la adquisición de los bienes o servicios exportados. Financia la compra tanto de bienes de capital nuevos, bienes de consumo durables, así como la adquisición de servicios de consultoría reconocidos como exportación por el Servicio Nacional de Aduanas, a plazos no inferiores a un año, suministrados por exportadores chilenos. El financiamiento es provisto por Corfo y se otorga a través de entidades financieras en los países de destino con las cuales la institución tiene convenio.

- **Cobertura Corfo de Préstamos Bancarios a Exportadores COBEX:** Cobertura o garantía de Corfo que apoya las ventas al exterior de las empresas nacionales, facilitando el financiamiento bancario a los exportadores. Corfo entrega la cobertura por el riesgo de no pago de los préstamos que los bancos otorguen a las empresas exportadoras chilenas medianas y pequeñas.

- **Prospección e Investigación de Mercados Externos:** Subsidio que apoya el desarrollo de programas de prospección e investigación de mercados que permitan a empresas exportadoras chilenas lograr avances en materia de diferenciación de productos y de su inserción en los canales de comercialización externos, e identificar oportunidades y requerimientos de innovación como resultado de la prospección de mercados.

Además cuenta con una variada gama de programas de apoyo dependiendo de las necesidades de las empresas o personas con miras a promover las exportaciones nacionales.

e. Marco Político del Comercio Exterior e Inversión Extranjera

El poder legislativo está representado por el Congreso Nacional, órgano bicameral formado por la Cámara de Diputados, compuesta por 120 miembros que son elegidos cada cuatro años, y el Senado, formado por 38 senadores que son elegidos cada 8 años. Cada 4 años se renueva la mitad de la plantilla de senadores en las elecciones parlamentarias regulares.

La Administración de Chile está compuesta por 19 Ministerios. Estos son: Interior, Relaciones Exteriores, Defensa Nacional, Hacienda, Secretaría General de la Presidencia, Secretaria General de Gobierno, Economía, Fomento y Reconstrucción, Planificación, Educación, Justicia, Trabajo y Previsión social, Obras Públicas, Salud, Vivienda y Urbanismo, Agricultura, Minería, Transportes y Telecomunicaciones, Bienes Nacionales.

El Ministerio de Hacienda es el ente responsable a cargo del Servicio Nacional de Aduanas, el cual ofrece información sobre normativa de comercio exterior, estadísticas, informes, acuerdos internacionales suscritos por Chile y agentes de aduanas.

El Ministerio de Economía está a cargo del Departamento de Comercio Exterior, que tiene como principal misión asesorar al Ministro de Economía en materias de comercio exterior e inserción de Chile en los mercados internacionales (Ref. Anexo 1). Sus funciones son, entre otras:

- Participar en todas las negociaciones económicas internacionales del país en representación del Ministerio de Economía con especial énfasis en el tema referente a los obstáculos técnicos al comercio.

- Administrar el Acuerdo de Obstáculos Técnicos al Comercio de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

- Elaborar el Catastro Nacional de Barreras Externas al Comercio.

- Estudiar las solicitudes de recuperación anticipada de IVA por parte de los exportadores, la exención del IVA en la importación de bienes de capital y la publicación de la lista de productos excluidos del reintegro simplificado.
- Actuar como representante del Ministro en la Comisión de Distorsiones (Ley 18.525) y participar en determinadas reuniones que tienen que ver con el Acuerdo de Obstáculos al Comercio del ALCA, APEC, etc.

El Comité de Inversiones Extranjeras (CINVER): Dicho organismo, del que se especificarán sus características con mayor detalle en el capítulo 5 dedicado a inversión, se caracteriza por ser el ente público mediante el cual se canaliza la inversión extranjera productiva que ingresa a Chile a través del Decreto Ley 600.

La Corporación de Fomento de la Producción (CORFO): Creada en 1939, es el organismo del Estado chileno encargado de impulsar la actividad productiva nacional, promoviendo el desarrollo económico de Chile, a través del fomento de la competitividad, la inversión y la modernización productiva. (Ref. Anexo 1)

Su acción se orienta a las siguientes áreas:

- La innovación y el desarrollo tecnológico, a través del Fondo de Asistencia Técnica (FAT), el Programa de Alta Tecnología, cuya página Web es: www.hightechchile.com y el Fondo Nacional de Desarrollo Tecnológico y Productivo (FONTEC). Este último organismo fue creado en 1991, con el fin de promover, orientar, financiar y cofinanciar la ejecución de proyectos de innovación tecnológica y de transferencia de tecnología, llevados a cabo por empresas productivas de bienes y servicios del sector privado. En 2005, FONTEC fue sustituida por una nueva entidad de CORFO denominada Chile Innova (www.innovacion.cl), que promueve y facilita la innovación para mejorar la competitividad de la economía chilena.

- La modernización de las empresas que se asocian para competir, a través de los Proyectos Asociativos de Fomento (PROFO).

- La mejora de la gestión empresarial.

- La financiación y el desarrollo de instrumentos financieros para atender las necesidades de las empresas, como por ejemplo, las líneas de crédito para inversiones de PYMEs o la financiación de operaciones de leasing, entre otros.

- El desarrollo productivo regional y de sectores emergentes, a través del Programa de Promoción y Atracción de Inversiones a Regiones (TodoChile), cuya página Web es: www.todochile.cl o también www.todochileinversiones.cl.

El régimen comercial y de inversiones de Chile sigue caracterizándose por la apertura, la transparencia, la previsibilidad y la neutralidad intersectorial. Chile aplica un arancel Nación más Favorecida (NMF) casi uniforme y otorga el trato nacional a los inversores extranjeros, con ciertas excepciones.

Desde el año 2003, Chile ha adoptado medidas para modernizar las aduanas y facilitar el comercio, ha abolido algunos impuestos a la importación y subvenciones a la exportación y ha hecho reformas significativas en los sistemas de política de competencia, contratación pública y propiedad intelectual. Los acuerdos comerciales regionales (ACR) han seguido teniendo un papel fundamental en la estrategia de liberalización de Chile. Al mismo tiempo, Chile continúa firmemente comprometido con el sistema multilateral de comercio, en el que participa activamente.

Las políticas de apertura en materia de comercio y de inversiones, así como una gestión macroeconómica acertada, son los pilares del sólido crecimiento económico de Chile y de su capacidad de aplicar enérgicas medidas contracíclicas para responder a la actual crisis financiera mundial.

Este país mantiene un régimen de flotación cambiaria para mantener una tasa de inflación entre el 2% y el 4% anual.

Por otro lado, mantiene un superávit en su balanza comercial, especialmente, en productos primarios que representan un 87% de exportaciones totales de mercancías, principalmente a los mercados de la Unión Europea y Estados Unidos.

En el tema de inversión extranjera directa, ésta equivalió en el 2008 al 3% del PIB, destacándose los sectores de minería, electricidad y comunicaciones.

El país ha definido que su política comercial tiene como principal objetivo incrementar la inserción de Chile en la economía en un marco de reglas estables y con políticas que contribuyan a la equidad social.

f. Actores responsables de la Política Comercial y la Inversión Extranjera

El Comité de Inversiones Extranjeras (CINVER) es el organismo que representa al Estado en el trato con los inversionistas que deciden utilizar el Decreto de Ley 600 con el propósito de ingresar inversión extranjera directa al país. Este se compone de los ministros de Economía, Hacienda, Relaciones Exteriores, Planificación y el Presidente del Banco Central.

Otro actor importante es PROCHILE, que es la agencia de promoción de exportaciones del país. Dicho ente apoya la mediana y pequeña empresa y el aprovechamiento de oportunidades que generan los acuerdos comerciales que tiene el país, así como se encarga de la asociatividad público-privada y el posicionamiento de Chile en otros mercados. Cuenta con más de 40 oficinas estratégicamente ubicadas en el mundo. Esta organización fue creada por medio del Decreto de Ley 740.

El Ministerio de Economía, a través de Departamento de Comercio Exterior funciona como otro actor importante del comercio exterior e inserción de Chile en los mercados internacionales.

La Corporación de Fomento a la Producción (CORFO) promueve y facilita la innovación para mejorar la competitividad de la economía chilena.

g. Marco Jurídico y Fiscal de la Inversión Extranjera

Por lo general, las inversiones extranjeras de carácter productivo se canalizan a través del Decreto – Ley 600 (www.cinver.cl) y las inversiones de carácter financiero a través del artc. 47 de la Ley constitutiva del Banco Central de Chile (www.bcentral.cl).

Las inversiones productivas cuyo importe sea superior a US$ 5 millones (2,5 millones en el caso de bienes físicos, tecnología, capitalización de beneficios o créditos) se instrumentan a través de un contrato-ley con el Estado de Chile que no puede ser modificado por cambios posteriores en la ley.

El plazo para realizar la inversión es de hasta 8 años en las inversiones mineras y de tres años para el resto. Los inversores pueden repatriar el capital un año después de su entrada y los beneficios tan pronto se generen. La repatriación del capital invertido está exenta de impuestos hasta la cuantía de la inversión realizada.

Por otro lado, el inversor puede optar entre el régimen general del impuesto de 1ª categoría del 35% o el régimen especial de invariabilidad tributaria del 42% durante un plazo máximo de 20 años.

Las inversiones financieras cuyo importe sea superior a US$10.000 deben notificarse al Banco Central, su repatriación no está sometida a restricción alguna y no pueden acogerse al régimen de invariabilidad tributaria. La participación en el capital puede alcanzar el 100% y no existen plazos máximos de vigencia para los derechos de propiedad adquiridos por extranjeros. No obstante, existen algunas restricciones de acceso (concesión administrativa, permisos, nacionalidad, etc.) en minería, energía nuclear, acuicultura y pesca, servicios de seguridad privada, medios de comunicación y transporte (aéreo, terrestre por carretera y marítimo de cabotaje). (Ref. Anexo 1)

Un inversor extranjero que desee invertir a través del Decreto de Ley 600 debe presentar un formulario estandarizado a la Vicepresidencia Ejecutiva del Comité de Inversiones Extranjeras con información básica sobre su proyecto y volumen de inversión. El inversor o su representante legal debe firmar ante notario público dos copias de la solicitud junto con los siguientes documentos:

- Si es persona jurídica: fotocopia legalizada de los Estatutos Sociales; Certificado de Registro y Constitución debidamente legalizado y protocolizado; copia de la escritura pública donde conste el poder especial otorgado al representante legal.

- Si es persona física: documento que acredite su nacionalidad; si actúa como representante, copia de la escritura pública donde conste el poder correspondiente.

En la solicitud se debe identificar el inversor y su representante legal en Chile, describir brevemente el proyecto, indicando cantidades, plazos y modalidad de las aportaciones e invariabilidad tributaria en su caso.

Los proyectos o actividades susceptibles de causar impacto ambiental deben someterse al Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA), de acuerdo con el Decreto Supremo N° 95 de 2001 (véase www.conama.cl). En Chile, las Comisiones Regionales de Medio Ambiente (COREMAS) coordinan la gestión medioambiental a nivel regional, resuelven acerca de la calificación medioambiental de los proyectos o actividades sometidas al SEIA y sancionan los incumplimientos de resoluciones de calificación ambiental. La composición de las COREMAS es la siguiente: Intendente Regional, Gobernadores Provinciales, Secretarios Regionales de los ministerios que integran el Consejo Directivo de la Comisión Nacional del Medio Ambiente (CONAMA), 4 Consejeros Regionales elegidos por el Consejo consultivo Regional y el Director Regional de la CONAMA.

El país impone otras cargas a determinadas operaciones de importación, algunas de ellas aplicadas ad valorem. Las importaciones están sujetas a los mismos impuestos internos que los productos nacionales, entre los que destaca en particular el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) del 19 %. Algunos productos, como las bebidas alcohólicas, los productos de tabaco, los vehículos y las joyas están gravados con impuestos especiales al consumo. En el año 2003, Chile ha eliminado la tasa aeronáutica y la tasa de despacho aduanero.

Chile no aplica restricciones cuantitativas ni licencias de importación. No obstante, prohíbe, entre otras, las importaciones de la mayoría de los vehículos automóviles usados y de neumáticos usados y recauchutados (salvo los montados en llanta). Introducida inicialmente para ayudar a la industria nacional de montaje de vehículos, la prohibición de las importaciones de vehículos automóviles usados se mantiene aparentemente por motivos de seguridad y medioambientales. La prohibición de las importaciones de neumáticos usados y recauchutados tiene fines de salud pública. También por motivos de seguridad, salud y medioambientales, Chile aplica formalidades administrativas a determinadas importaciones.

Chile mantiene varios programas de promoción de las exportaciones que ofrecen facilidades administrativas para el pago y reembolso de derechos de importación y del IVA. En el período examinado, Chile eliminó gradualmente algunos elementos de esos programas. También se ofrecen a los exportadores, principalmente a las pequeñas y medianas empresas, varios programas públicos de financiación y garantías. Chile no aplica impuestos a la exportación.

Tiene en vigor muchos otros programas de incentivos, que en su mayoría no están restringidos a sectores específicos, sino que consisten en medidas horizontales dirigidas a las pequeñas y medianas empresas, la

innovación tecnológica o el desarrollo regional. Por lo general, los incentivos consisten en bonificaciones fiscales, financiación para inversiones e investigación y desarrollo, y apoyo a la gestión empresarial.

La introducción de reformas importantes en su marco de políticas de competencia, en particular el establecimiento de un tribunal sobre competencia para incrementar la autonomía del sistema. En julio de 2009 entraron en vigor otras reformas encaminadas a reforzar las facultades de investigación de la autoridad encargada de la competencia, especialmente contra los cárteles.

Este país ha realizado reformas significativas para aumentar la transparencia y la eficiencia de la contratación pública, en particular mediante la promulgación de nueva legislación y la introducción de un sistema electrónico de contratación. Las reformas han ampliado la participación en el mercado de contratación pública. No hay discriminación entre los productos, servicios o proveedores según su origen. La contratación de las empresas estatales y la contratación de las obras públicas se rigen por normativas diferentes.

En los sectores productivos, Chile ha logrado estabilizar la producción de su sector pesquero. La acuicultura ha ganado importancia y ahora representa dos terceras partes de las exportaciones de productos pesqueros, aunque afronta serios problemas sanitarios. Para que un extranjero pueda participar en el sector deberá cumplir con los requisitos de residencia y establecimiento para invertir en actividades de pesca o acuicultura, y las empresas han de tener capital mayoritariamente chileno o estar establecidos en países que otorguen trato de reciprocidad a los chilenos.

El sector minero se ha consolidado como la principal fuente de ingresos de exportación de Chile y el mayor receptor de inversiones extranjeras, favorecido por los altos precios que han tenido los minerales durante buena parte del período transcurrido desde 2003. El Estado sigue teniendo un papel fundamental como operador en el sector minero, principalmente en la producción de cobre. Al año 2009, Chile introdujo un nuevo impuesto sobre la actividad minera. Sigue en vigor la norma por la que las principales empresas mineras entregan cierta cantidad del cobre refinado al sector manufacturero nacional; en la práctica, la cantidad entregada representa sólo una parte muy pequeña de la producción chilena de cobre.

En el sector manufacturero, que sigue siendo una importante fuente de valor añadido y de empleo, ha aumentado la productividad. Esto obedece en parte a la estrategia de desarrollo de Chile, basada en la liberalización del comercio y la neutralidad intersectorial. El sector sigue haciendo un uso intensivo de recursos naturales, aprovechando de esta forma la ventaja comparativa del país.

En el sector de las comunicaciones, las concesiones se otorgan a empresas que se hayan constituido en Chile con independencia del origen del capital.

El sector financiero de Chile tiene un grado significativo de diversificación e integración internacional. Las compañías aseguradoras y los bancos extranjeros pueden prestar servicios en Chile por medio de empresas constituidas en el país o sucursales con capital separado, las cuales pueden realizar las mismas operaciones que las empresas nacionales. Por motivos de interés nacional, se requiere aprobación para la adquisición de más del 10% del capital de un banco. Desde 2007 las compañías extranjeras de seguros pueden establecer sucursales; desde ese mismo año se permite también la comercialización directa de seguros de transporte marítimo y aéreo internacional y de seguros para las mercancías en tránsito, aunque sólo a las empresas de países con los que Chile haya concertado un acuerdo al respecto. (Ref. Anexo 1)

Chile mantiene una política de "cielos abiertos" basada en la reciprocidad. Ha concertado 43 acuerdos bilaterales de transporte aéreo en los que se prevén distintos grados de apertura. En el transporte marítimo, el cabotaje está reservado a las naves matriculadas en Chile, con algunas excepciones. Para matricular una nave en Chile, por lo menos el 50% de su capital ha de pertenecer a particulares o empresas chilenos. Atendiendo a consideraciones de reciprocidad, determinadas operaciones de transporte marítimo internacional pueden estar sujetas a disposiciones sobre participación en la carga y a un impuesto especial. No se imponen restricciones a la participación extranjera en las concesiones para la administración de puertos y aeropuertos.

En el tema de inversión extranjera ha otorgado apertura económica y trato nacional a los inversores extranjeros, teniendo en vigor gran número de acuerdos bilaterales para promover y proteger las inversiones extranjeras y para evitar la doble tributación.

Es necesario tener un título profesional válido para ejercer una profesión regulada en Chile, incluida la abogacía, la ingeniería y la contaduría. Los títulos extranjeros deben ser revalidados por la Universidad de Chile o reconocidos de conformidad con alguno de los convenios internacionales de reconocimiento mutuo suscritos por Chile. Sólo los ciudadanos chilenos y los extranjeros que hayan cursado sus estudios de derecho en Chile pueden litigar ante los tribunales chilenos. No obstante, los consultores jurídicos extranjeros pueden prestar asesoramiento jurídico sobre la legislación internacional o extranjera. Los ingenieros titulados en el extranjero que hayan sido contratados para realizar un trabajo en Chile han de obtener una autorización temporal del Colegio de Ingenieros. Los contadores con títulos extranjeros pueden establecer una consultoría en Chile, pero han de tener por lo menos un socio que tenga un título válido para ejercer la profesión en Chile.

h. Relaciones Comerciales Internacionales

Dentro de las medidas que Chile ha tomado para insertarse como un actor destacado en la economía mundial, han sido los acuerdos comerciales regionales. A mediados del año 2009 Chile tenía en vigor 21 acuerdos regionales con 57 países, esto significa que más del 92% del comercio de mercancías de Chile se lleva a cabo con quienes cuenta este tipo de acuerdos. (Ref. Anexo 1)

La estrategia de inserción económica internacional que ha adoptado Chile, en el contexto del denominado "regionalismo abierto", se ha llevado a cabo en tres niveles: unilateral (reducción de aranceles, privatizaciones, desregulación), bilateral (Tratados de Libre Comercio, asociación y convenios para evitar la doble tributación) y multilateral (acuerdos en el marco de la OMC y otras instituciones multilaterales).

A marzo de 2009, Chile ha firmado Acuerdos de Complementación Económica (ACE), Acuerdos de Asociación Económica (AAE), Tratados de Libre Comercio (TLC) y un Acuerdo de Alcance Parcial con India. Los acuerdos por país son los siguientes:

En acceso a mercados, Chile aplica un arancel de NMF única del 6% desde el año 2003, con algunas excepciones que reducen la notable simplicidad y neutralidad de su estructura arancelaria. Dichas excepciones son: 12,5% para los productos avícolas, un sistema de bandas de precios aplicado a un pequeño número de productos agrícolas, y un recargo arancelario del 50% aplicado a casi todos los productos usados. El arancel NMF aplicado a los productos avícolas se incrementó hasta el 25% en virtud del ACR con los Estados Unidos, pero se está reduciendo progresivamente de nuevo al 6%. El tipo nulo aplicado a determinados bienes de capital reduce la protección arancelaria nominal, pero aumenta la protección efectiva de los bienes finales.

i. Análisis de Guatemala versus Chile

De acuerdo a la información recopilada del país, se encontró que a diferencia de Guatemala, existen convenios bilaterales entre países en donde se evita la doble tributación lo cual es un incentivo para la inversión extranjera directa. En Guatemala no existen convenios para la recolección de impuestos extranjeros y transferirlos a los países de origen.

Con respecto a la política de turismo, Chile promueve una política de cielos abiertos como en su momento lo hizo Guatemala durante el gobierno de Álvaro Arzú (1996-2000), la cual fue suspendida en el gobierno posterior, de Alfonso Portillo.

Guatemala inició una política agresiva de turismo para atraer cruceros internacionales al país. Sin embargo, actualmente, el cobro de una tasa equivalente a USD10.00 por pasajero al atracar en puertos guatemaltecos ha ahuyentado al sector turismo hacia otros países vecinos como Honduras y Costa Rica, lo cual desmotiva el desarrollo y economía del sector.

En Chile están claramente definidos los actores en cuanto al comercio exterior y la inversión extranjera. Un claro ejemplo, se pueden mencionar las 40 agencias de PROCHILE establecidas estratégicamente alrededor del mundo. Asimismo, cuenta con información virtual, a través de distintas instancias especializadas, las cuales ayudan a los inversionistas a conocer y entender la normativa vigente.

En el tema de promoción de exportaciones, Guatemala tiene pendiente la reforma de la Ley de la Actividad Exportadora y de Maquila, en donde su finalidad es incluir la figura de co-exportador como persona exenta al impuesto al valor agregado (IVA), de forma clara y taxativa. En Guatemala se debe adecuar a la normativa de OMC, la Ley de Zonas Francas.

Chile, a través de instancias (CORFO) y programas, ofrece incentivos en bonificaciones fiscales, financiación para inversiones e investigación y desarrollo por parte del Estado para la pequeña y mediana empresa; mientras que en Guatemala existen programas aislados, con el apoyo de cooperación internacional, los cuales no son de largo plazo y dependen de las iniciativas de los sectores público-privado, la cooperación internacional y el gobierno de turno.

Guatemala adolece de una ley de competencia, lo que fomenta el proteccionismo de las grandes empresas de capital nacional.

Con respecto a la inversión financiera, a la fecha se encuentra en discusión la reforma de la Ley de Bancos y Grupos Financieros, la cual permitirá la incorporación de mejores prácticas y estándares internacionales en la administración de riesgos en las entidades bancarias, así como la divulgación y publicación de información, la conformación y funcionamiento de grupos financieros. También se encuentra en discusión y pendiente la Ley de la Actividad Aseguradora, la cual permitirá, al igual que Chile, el establecimiento de sucursales de empresas aseguradoras extranjeras.

En el sector minero, Guatemala mantiene en discusión si este sector económico, considerado estratégico por el Ministerio de Economía, pero no por el Ministerio de Medio Ambiente y los grupos sociales, merece modificaciones con enfoque hacia impulsar de dicha actividad en el país. Mientras que por otro lado, Chile en

su regulación no establece regalías a las empresas extranjeras de explotación minera y Guatemala desde hace tres años tiene pendiente la aprobación de la iniciativa de Ley 35-28 donde se proponía, entre otras cosas, el incremento del 1% hasta un máximo del 5% en regalías.

En este primer semestre del año 2010, el Ministerio de Finanzas ha hecho avances significativos al sistema de Guatecompras, introduciendo en el mes de junio la posibilidad de oferta electrónica por parte de proveedores.

5. IRLANDA

ENTERPRISE IRELAND

a. Organismo

Las políticas públicas de fomento a la inversión y al comercio exterior en Irlanda son funciones de Enterprise-Ireland, que es la Agencia del Gobierno de Irlanda responsable del desarrollo y promoción de las empresas nacionales.

Enterprise-Ireland: http://www.enterprise-ireland.com/

El objetivo fundamental de la Enterprise-Ireland es lograr la inserción internacional de las empresas irlandesas, mediante el fomento y apoyo de sus proyectos, con la finalidad de que puedan fortalecer su posición a niveles de clase mundial en el entorno competitivo global.

Para lograr este objetivo, la agencia cuenta con oficinas en Irlanda y en el exterior donde se encuentran sus principales socios comerciales.

Fomento de las exportaciones

El fomento de las exportaciones se sustenta en la realización de 5 áreas de actividad:

1. Desarrollo de exportaciones
2. Inversión en investigación e innovación
3. Competitividad con productividad
4. Incremento proporcional de los objetivos planteados
5. Conducción de la empresa regional

Otra agencia vinculada es: Department of Enterprise, Trade and Employment,
http://www.entemp.ie/publications/index.htm

b. Estructura

El equipo de la Empresa proporciona consejos personalizados y la ayuda a empresas irlandesas a evaluar y entrar en mercados de exportación ampliando sus ventas internacionales. El personal tiene la experiencia necesaria, así como los contactos y acceso a información relevante de fuentes locales para acelerar la entrada de mercado y el desarrollo de las ventas.

Enterprise Ireland proporciona los siguientes servicios:

- Exportaciones
- Evaluación de oportunidades de mercado
- Identificación de clientes objetivo
- Identificación de canales de distribución
- Exportaciones en crecimiento
- Identificación de nuevos mercados/oportunidades/clientes
- Asistencia en el desarrollo de estrategias comerciales
- Ventas especiales para el soporte de servicios
- Traducción e interpretación
- Contacto con proveedores de servicios tercerizados

c. Estrategia

En diciembre de 2008 el Gobierno publicó un plan para reorganizar la economía de Irlanda durante los próximos cinco años.

El plan dispone un marco para dirigir los desafíos económicos en la construcción de una buena economía con un sector de empresa de prosperidad, empleo de alta calidad, provisiones de energía seguras, un entorno atractivo e infraestructura de primera clase.

El plan detallado dispone de una gama de iniciativas específicas para varios departamentos de gobierno y agencias incluyendo iniciativas para la propia Empresa.

d. Planes, Acciones y Servicios

El 24 de octubre de 2007, Enterprise Ireland lanzó su Plan de Estrategia 2008-2010 - Transformando la Industria irlandesa – cuyo objetivo principal es el de conducir el ímpetu de crecimiento de las exportaciones y la internacionalización en lo que será un entorno más desafiante para los clientes.

Enterpise Ireland debe perseguir estrategias de crecimiento agresivas y progresivas para lograr el éxito en mercados internacionales. La industria irlandesa debe tener productos relevantes, en los mercados adecuados, con habilidades para la venta y estructuras de apoyo para la exportación.

e. Seguimiento

Enterprise, considera esencial el fomento de las exportaciones por su contribución al desarrollo de la economía de Irlanda, para lo cual, es fundamental el apoyo de estas iniciativas por parte de la agencia.

"El éxito en mercados de exportación es crucial para el crecimiento a largo plazo de negocio irlandés y de la economía irlandesa. El apoyo a empresas de rápido crecimiento es una prioridad corporativa para Enterprise Ireland.

Estamos comprometidos para facilitar el desarrollo de un sector de exportación fuerte ofreciendo soluciones flexibles a las necesidades de cliente. " (Enterprise)

Cuenta con una red de oficinas de promoción comercial que se divide en:

- Red nacional

  - Athlone: Laois, Longford, Offaly, Westmeath.
  - Cork: Carlow, Cork, Kilkenny, Tipperary South, Waterford, Wexford.
  - Dublin: Dublin, Kildare, Meath, Wicklow.
  - Dundalk: Cavan, Donegal, Leitrim, Louth, Monaghan, Sligo.
  - Galway: Galway, Mayo, Roscommon.
  - Tralee: Clare, Kerry, limerick, Tipperary North.
  - Letterkenny: Cavan, Donegal, Leitrim, Louth, Monaghan, Sligo.
  - Shannon: Clare, Kerry, Limerick, Tipperary North.
  - Sligo: Cavan, Donegal, Leitrim, Louth, Monaghan, Sligo.
  - Waterford: Carlow, Cork, Kilkenny, Tipperary South, Waterford, Wexford.

- Red internacional

1. Amsterdam
2. Beijing
3. Boston
4. Brussels
5. Budapest
6. Dubai
7. Dusseldorf
8. Glasgow
9. Guangzhou
10. Hong Kong
11. Kuala Lumpur
12. London
13. Madrid
14. Mexico
15. Milan

1. Moscow
2. New Delhi
3. New York
4. Toronto
5. Silicon Valley
6. Paris
7. Prague
8. Riyadh Warsaw
9. Sao Paulo
10. Seoul
11. Shanghai
12. Singapore
13. Stockholm
14. Sydney
15. Tokyo

f. Financiación

A través del Programa de Asistencia en Materia de Propiedad Intelectual, Entreprise Ireland, presta apoyo a los inventores y las PYME desde 1981. Las principales actividades del programa se resumen de la manera siguiente:

1. Asesoramiento sobre la protección de invenciones;
2. Financiación de las solicitudes de patentes;
3. Asesoramiento sobre el desarrollo y la comercialización de invenciones.

Las empresas, los inventores o los institutos de investigación que deseen obtener ayuda y asesoramiento en el marco del "Programa de asistencia en materia de propiedad intelectual" pueden dirigirse a éste y explicar la naturaleza de la invención, los proyectos para el desarrollo de la misma y, en el caso de las empresas, su plan de actividades. Todos los solicitantes pueden obtener asesoramiento de carácter general. Sin embargo, sólo puede ofrecerse asesoramiento detallado y financiación para la obtención de patentes a las empresas irlandesas que trabajan en el sector manufacturero o en la prestación de servicios a escala internacional o a los proyectos con potencial para crear ese tipo de empresas.

Cuando Enterprise Ireland considera que hay probabilidades de obtener una protección por patente que valga la pena y se han presentado planes de producción y comercialización suficientemente detallados, o se encuentran en fase muy avanzada, financia el procedimiento de obtención de patentes en Irlanda y en el extranjero. La ayuda financiera puede cubrir hasta el 100% de los costos del proceso de obtención de la patente, y disminuye a medida que el proyecto avance. Una vez superadas las primeras fases, las ayudas están sujetas a un acuerdo con el inventor o la empresa para dividir las regalías o los ingresos derivados de las ventas del producto o proceso patentados. El porcentaje de regalías que recibe Enterprise Ireland suele ser reducido y se negocia caso por caso.

El personal de la unidad de propiedad intelectual que trabaja en el programa de asistencia tiene experiencia y son altamente calificados. Se ofrece asesoramiento sobre el desarrollo técnico de las invenciones y, en ocasiones, se remite a los solicitantes a especialistas técnicos de otros departamentos de Enterprise Ireland. El asesoramiento en materia de comercialización es también una parte importante del programa. Se ayuda a los inventores en la búsqueda de posibles titulares de licencia para las invenciones proporcionándoles asesoramiento sobre las negociaciones y el proceso de obtención de licencias.

g. Marco Político del Comercio Exterior e Inversión Extranjera

La política comercial de Irlanda se rige por la política común de la Comunidad Europea CE. Se formula y aplica por medio de dos tipos de medidas legislativas. De conformidad con la legislación primaria, esto es, los tratados y otros acuerdos de similar jerarquía jurídica, las CE concluyen y aplican la Política Comercial Común (PCC), que incluye los acuerdos internacionales.

La PCC abarca el comercio de mercancías, todos los aspectos del comercio de servicios y los aspectos comerciales de la propiedad intelectual, ampliados de conformidad con el Tratado de Niza. Otras cuestiones parcialmente cubiertas por la PCC son la fiscalidad indirecta, las normas y otros reglamentos técnicos, las patentes comunitarias y la observancia de los derechos de propiedad intelectual.

La legislación secundaria comprende los reglamentos (de aplicación general), que son vinculantes y aplicables directamente en todos los Estados miembros; las directivas (que es necesario incorporar a la legislación y la práctica nacionales); las decisiones (vinculantes para las partes a las que van dirigidas); y las recomendaciones y dictámenes, que se basan en los tratados pero no tienen carácter vinculante.

A tenor del artículo 131, la política común de las CE tiene por objeto "contribuir, conforme al interés común, al desarrollo armonioso del comercio mundial, a la supresión progresiva de las restricciones a los intercambios

internacionales y a la reducción de las barreras arancelarias". Este objetivo está en consonancia con los objetivos generales del Tratado de "promover un desarrollo armonioso, equilibrado y sostenible de las actividades económicas en el conjunto de la Comunidad, un alto nivel de empleo y de protección social, la igualdad entre el hombre y la mujer, un alto grado de competitividad y de convergencia de los resultados económicos, un alto nivel de protección y de mejora de la calidad del medio ambiente, la elevación del nivel y de la calidad de vida, la cohesión económica y social y la solidaridad entre los Estados miembros".

En particular, la política comercial de las CE tiene por objeto promover los intereses europeos en los mercados abiertos, la abolición o reducción progresivas de los obstáculos al comercio internacional, y el establecimiento de marcos normativos claros. Asimismo, pretende contribuir al desarrollo sostenible en el contexto de las negociaciones de la OMC y mediante la integración de un mayor número de países en el comercio mundial. Además, las CE defienden los valores de la democracia, el imperio de la ley, el medio ambiente, los derechos sociales, los servicios públicos, la diversidad cultural y la seguridad alimentaria.

El artículo 157 del Tratado de las CE es la base de la política empresarial de la Comisión, que aborda tres ámbitos de trabajo: las pequeñas y medianas empresas (PYME), la innovación y la competitividad, incluidas las oportunidades y ventajas del mercado único.

La política de las CE en lo relativo a las PYME, adoptada en 2005, tiene por objeto crear un marco más coherente, pragmático y horizontal para las empresas. Propone actuaciones en cinco áreas clave: promoción del espíritu de empresa y los conocimientos prácticos; mejora del acceso de las PYME a los mercados; reducción de los trámites burocráticos mediante la simplificación de las limitaciones normativas y administrativas que sufren las PYME; mejora del potencial de crecimiento de las PYME; y fortalecimiento del diálogo y la consulta con los representantes de las PYME.

La política empresarial de las CE se centra en la promoción de la competitividad y la capacidad de innovación de todas las empresas mediante el establecimiento de un entorno empresarial dinámico; asimismo, trata de garantizar que las empresas tengan un acceso real a los mercados de sus productos y servicios, así como acceso a financiación. Un instrumento de financiación clave es el programa para la iniciativa empresarial y la innovación del programa marco para la innovación y la competitividad. Otras fuentes de financiación son los Fondos Estructurales y el Banco Europeo de Inversiones. Además, varias redes de apoyo creadas por las CE ayudan a las empresas a comprender mejor las cuestiones europeas. Hay numerosas iniciativas y fondos para apoyar la creación de nuevas empresas a nivel nacional y regional.

Irlanda ha desarrollado en los últimos años una política muy activa en atracción de inversiones. Además de la baja tasa del impuesto de sociedades fijado en un 12,5% donde destacan las ayudas ofrecidas por IDA-Ireland (Industrial Development Agency), la agencia estatal encargada de la promoción de la inversión extranjera directa en el país. (Ref. Anexo 1)

h. Actores responsables de la Política Comercial y la Inversión Extranjera

La Oficina Comercial de Irlanda - Enterprise Ireland es la puerta de entrada para empresas internacionales que están buscando proveedores de primera calidad. Es un organismo establecido por el Gobierno de Irlanda, es dependiente del Ministerio de Comercio y Empleo, y se encarga de la promoción del comercio y la tecnología. Aparte de las 10 Oficinas que la Agencia tiene en diferentes puntos de Irlanda, IDA cuenta con representaciones en Alemania, Francia, Reino Unido, China, Japón, Corea, Taiwán, Australia y cuatro en Estados Unidos (Nueva York, Atlanta, Chicago y Mountain Wiew), en total, posee una red exterior de 34 oficinas.

La Oficina Comercial de Irlanda, da una amplia gama de servicios que permiten a los inversionistas descubrir Irlanda y los proveedores irlandeses, así como competitividad a escala global. (Ref. Anexo 1)

Las principales cinco áreas de actividad de dicha agencia son: aumentar las exportaciones, invertir en investigación e innovación, competir a través de la productividad, establecer empresas y conducir empresas regionales.
El equipo de "Start-up team" a través del portal "Starting a Business in Ireland" ofrece información, consejos y recursos para emprendedores sobre estrategias, trámites, marketing, producción, plan de negocios, viabilidad, y otros temas relacionados. Asimismo, apoya la creación de negocios que se consideren de alto potencial, los cuales pueden ser aquellos que:

- Fabriquen productos de exportación u ofrecer un servicio comerciable a nivel internacional.
- Ofrezcan un producto o servicio innovador o tecnológicamente avanzado.
- Pretendan, durante los tres primeros años de actividad, obtener ventas de cómo mínimo de un millón de euros y crear puestos de trabajo para diez personas o más.
- Estén localizadas y controladas en Irlanda.

IDA se dedica a atraer inversiones de alto valor añadido, que requieran altos niveles de formación y un entorno de negocios sofisticado; destacando los siguientes sectores: productos químicos, farmacéuticos y de servicios sanitarios, comercio electrónico, comunicaciones e informática, software y servicios de comercio internacional. La agencia cuenta con ayudas económicas para las empresas inversoras que elijan Irlanda como país como base

o punto de expansión. Las compañías pueden beneficiarse de subvenciones de capital, por actividades de I+D, por formación y por creación de empleo. Sin embargo, a no ser que se trate de un proyecto altamente atractivo por el tipo de externalidades que genere (como por ejemplo, un centro de investigación), únicamente apoya a empresas cuya vocación sea primordialmente exportadora

Actualmente existen más de 1.000 empresas respaldadas por IDA funcionando en Irlanda, que emplean directamente a más de 135.000 personas, y muchas más de forma indirecta.

Aproximadamente la mitad de estas empresas proceden de EE.UU. Entre el resto de países de origen destacan Alemania y el Reino Unido.

Por otro lado, está la Oficina de Registro Mercantil irlandesa o Companies Registration Office, la cual dispone de guías para el registro de empresa en Irlanda, formularios y otros documentos de información.

i. Marco Jurídico y Fiscal de la Inversión Extranjera

La Office of the Director of Corporate Enforcement (www.odce.ie) es la encargada de vigilar el cumplimiento del marco legal irlandés, de acuerdo con la Company Law Enforcement Act 2001. Por otro lado, la Companies (Auditing and Accountig) Act 2003 establece la Autoridad Irlandesa de Supervisión de Cuentas y Auditoría ("Irish Auditing and Accounting Supervisory Authority") y sus competencias. (Ref. Anexo 1)

La legislación irlandesa en el área de competencia ha sido recientemente modificada. Actualmente está en vigor la Competition Act 2002, que a imagen de la legislación europea, contiene dos prohibiciones principales:

- Los acuerdos restrictivos de la competencia, incluyendo una lista de comportamientos expresamente prohibidos: fijación de precios, limitación o control de producción o mercados, reparto de mercados o fuentes de suministro, aplicación de condiciones distintas a transacciones equivalentes e imposición de obligaciones suplementarias a contratos no relacionadas con el mismo.

- El abuso de posición dominante. Se considera que una empresa se encuentra en posición dominante si es capaz de actuar sin tener en cuenta la reacción de sus competidores.

La misma ley también regula las fusiones y adquisiciones y el funcionamiento de la autoridad de competencia: la "Competition Authority" (www.tca.ie), la cual es el cuerpo del Estado responsable de aplicar la ley de competencia irlandesa y europea. La misma beneficia a consumidores, negocios y la economía como un todo.

Existe un problema a la hora de hacer cumplir la ley de competencia en la medida en que en Irlanda no existen sanciones civiles por incumplimiento de dicha ley (y sólo en un número limitado de casos se pueden instruir procedimientos exitosos con sanciones penales).

Actualmente, existe el "Commercial Court" la cual es una división especializada de la "High Court", empezó a operar el 12 de enero de 2004 y se encarga de las disputas comerciales, primordialmente de las que suponen reclamaciones por encima de un millón de euros.

Irlanda ofrece un marco fiscal y de flexibilidad regulatoria muy atractivo para la inversión extranjera. Actualmente es el país con el impuesto de sociedades más bajo de la UE. Antes del año 2003 se aplicaba un tipo del 10% del IVA a determinadas actividades de carácter exportador, lo que atrajo a numerosas empresas que han sido el motor del "boom" económico irlandés.

Debido a un acuerdo con la CE, a partir de enero de 2003, se aplica una nueva tasa baja y única de impuesto sobre sociedades de 12,5% en los resultados de explotación con la excepción de las empresas de manufacturas y de servicios internacionales que operaban en Irlanda con anterioridad a julio de 1998; para dichas empresas seguirá vigente la tasa del 10% hasta final del año 2010.

El ente de gobierno en el tema de Impuestos es la Hacienda irlandesa o Revenue Commissioners.

Los bienes exportados de Irlanda no se les aplica el Impuesto al Valor Agregado, sin embargo, sí aplica para los países miembros de la CE, aplicándose éste al comprador.

En lo que se refiere al comercio electrónico hay tres diferentes clases de actividad afectas al IVA, que son:

- Los bienes físicos que se ordenan por Internet se les debe aplicar el IVA correspondiente al país donde se hará el consumo, en casos que el comprador está registrado.
- Los bienes digitalizados y servicios (Business to Business) se les aplica la tasa del país de consumo.
- Los bienes y servicios (Business to consumer) se les aplica el impuesto de acuerdo a la actividades económicas tradicionales.

j. Relaciones Comerciales Internacionales

Las CE continuaron ampliando su extensa red de acuerdos comerciales preferenciales tanto con países desarrollados como con países en desarrollo. Consideran que sus acuerdos comerciales preferenciales forman

[illegible]

[illegible]

Desde el año [illegible]

- [illegible]

- [illegible]

- **América Central:** En octubre de 2007 se iniciaron negociaciones para concluir un acuerdo de asociación birregional, incluida una zona de libre comercio, con países centroamericanos (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua). La parte del futuro acuerdo relativa al comercio incluirá disposiciones sobre el acceso a los mercados para mercancías, las normas de origen, las aduanas y la facilitación del comercio, los obstáculos técnicos al comercio, las medidas sanitarias y fitosanitarias, las medidas de defensa comercial, los servicios, la inversión, la contratación pública, los derechos de propiedad intelectual, la competencia, el comercio y el desarrollo sostenible y un mecanismo de solución de diferencias. Dada su dimensión birregional, el acuerdo garantizará la libre circulación de bienes y servicios exportados de una región a otra.

Las CE mantienen relaciones comerciales bilaterales con cada uno de los países centroamericanos, con condiciones de acceso privilegiado al mercado de las CE gracias a su esquema del SGP+. En 2007, las exportaciones de las CE ascendieron a 5.300 millones de euros y las importaciones procedentes de América Central rozaron los 4.800 millones de euros.

6. MÉXICO

En México, la Secretaría de Economía es la institución del Gobierno Federal que se encarga de promover e instrumentar las políticas y programas orientados a generar empleo, fomentar la competitividad y las inversiones productivas.

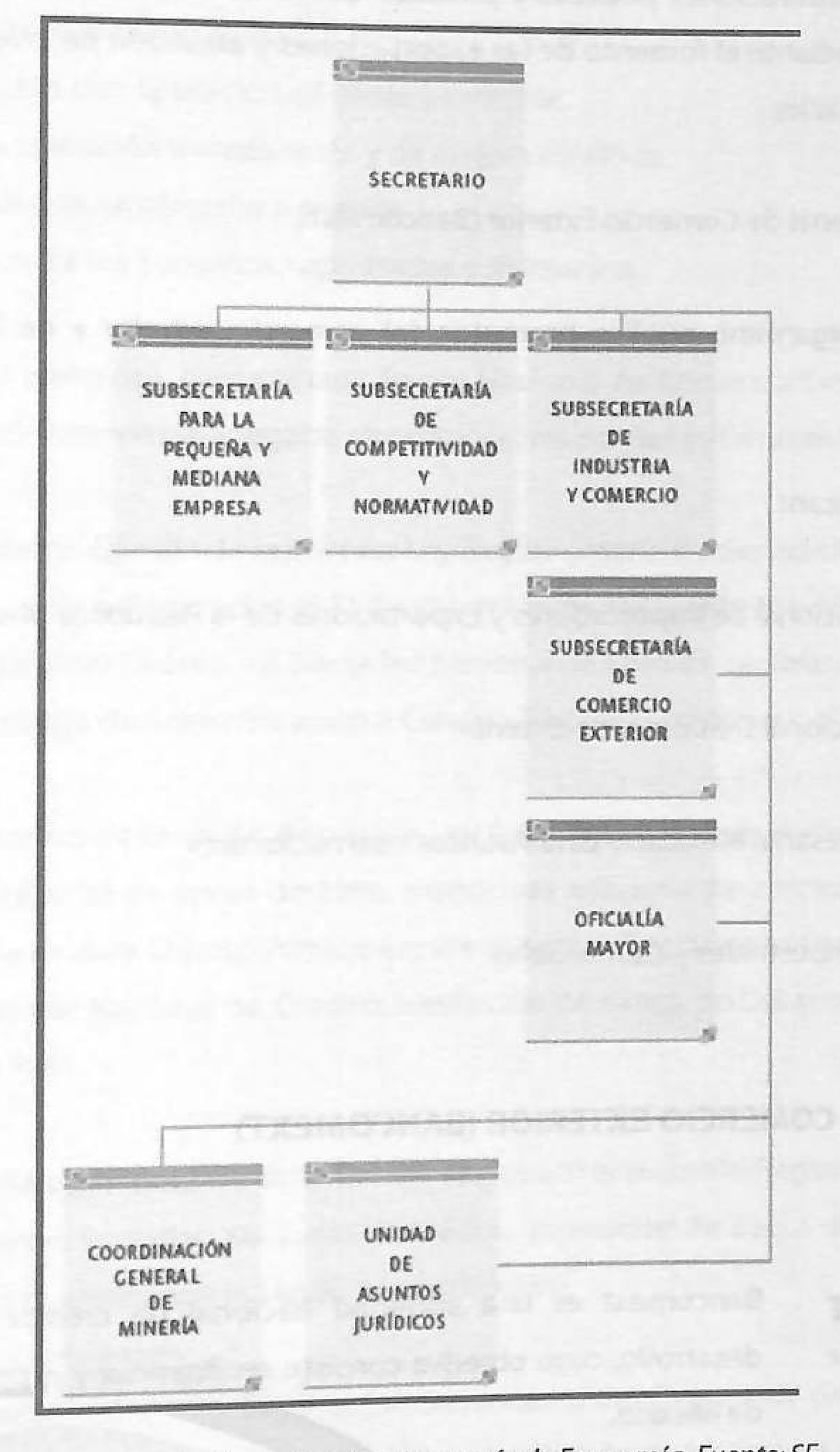


Ilustración 9 - Organigrama Secretaría de Economía. Fuente: SE

Respecto al fomento a las exportaciones, la Secretaría de Economía difunde y apoya los siguientes programas

- Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX)
- Empresas de Comercio Exterior (ECEX)
- Programas de Promoción Sectorial (PROSEC)
- Manufactura, Maquiladora y de Servicios de Exportación (INMEX)

Asimismo, existen otras instituciones públicas y privadas que contribuyen con sus funciones a la inserción internacional del país, mediante el fomento de las exportaciones y atracción de inversión extranjera, entre los organismos públicos destacan:

- El Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext),
- ProMéxico (Organismo público promotor del comercio exterior y de la inversión extranjera en México)

En el sector privado destacan:

- Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana (ANIERM)
- El Consejo Nacional De Comercio Exterior
- Consejo Empresarial Mexicano para Asuntos Internacionales
- Las Cámaras Industriales y Comerciales.

BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR (BANCOMEXT)

a. Organismo

BANCOMEXT
Banco Nacional
de Comercio Exterior, S.N.C.

Bancomext es una sociedad nacional de crédito institución de banca de desarrollo, cuyo objetivo consiste en financiar y promover el comercio exterior de México.

A partir de las necesidades del cliente, pretende fomentar la participación de las empresas mexicanas, principalmente pequeñas y medianas en los mercados globales, proporcionando financiamiento, capacitación y asistencia técnica, a fin de impulsar el comercio exterior y promover el crecimiento regional y la creación de empleos del país

Objetivos Institucionales

- Impulsar el desarrollo de la mediana y pequeña empresa exportadora
- Financiar la actividad exportadora
- Ser una institución con operación eficiente y rentable
- Garantizar una operación transparente y de mejora continua
- Mantener niveles de satisfacción a clientes
- Contar con los recursos humanos capacitados y motivados.

Al constituirse la sociedad mercantil, denominada Banco Nacional de Comercio Exterior, bajo el régimen de sociedad anónima, su funcionamiento se apegaba a las disposiciones de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

Al paso del tiempo, con la promulgación de la primera Ley Reglamentaria del Servicio Público de Banca y Crédito (publicada en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre de 1982), la Institución se transformó mediante decreto expedido por el Ejecutivo Federal, en Sociedad Nacional de Crédito, cambiando la denominación de su Órgano de Gobierno de Consejo de Administración a Consejo Directivo, creándose el Secretariado Técnico.

Un año después, el H. Congreso de la Unión decretó la Ley Orgánica del Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. (publicada en el D.O.F. el 20 de enero de 1986, misma que actualmente continúa en vigor), el 24 de julio de 1986 la Secretaría de Hacienda y Crédito Público expide el primer Reglamento Orgánico del Banco Nacional de Comercio Exterior, Sociedad Nacional de Crédito, Institución de Banca de Desarrollo, mismo que estuvo en vigor hasta el 2 de abril de 1991.

En el Diario Oficial de la Federación del 2 de abril de 1991 se publicó el segundo Reglamento Orgánico del Banco Nacional de Comercio Exterior, Sociedad Nacional de Crédito, Institución de Banca de Desarrollo (entrando en vigor el 3 de abril de 1991 y que continúa rigiendo a la Institución).

La misión del Secretariado Técnico es coordinar el funcionamiento del Órgano de Gobierno de la Institución y de sus Comités delegados así como de los Consejos de Administración de las Empresas Filiales de BANCOMEXT, brindando seguridad y tutela jurídica en todo momento.

Objetivos y Funciones:

- Brindar seguridad y tutela jurídica a los Órganos de Gobierno de la Institución y a sus empresas filiales a través del control legal de la información corporativa y de la asesoría jurídico-administrativa a las áreas del Banco.

- Vigilar el cumplimiento cabal de las decisiones tomadas en los distintos Órganos Colegiados.

- Facilitar el cumplimiento y ejecución de los principios que rigen el funcionamiento de los diferentes Órganos Colegiados.

- Implantar un sistema de información innovador y de calidad tecnológica para la administración de la información corporativa.

b. Estructura

BANCOMEXT es un banco de desarrollo en el que todos los asesores financieros están certificados por la Asociación Mexicana de Intermediarios Bursátiles y autorizados por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores; que dispone de información financiera en tiempo real y procedimientos que permiten atender rápidamente las necesidades financieras.

Asimismo, cuenta con una gama de servicios diseñados con criterios de innovación y mejora continua a fin de satisfacer las expectativas de la comunidad exportadora, de instituciones financieras, de entidades gubernamentales, de tesorerías corporativas y de personas físicas con actividad empresarial.

c. Programas, Acciones y Servicios

Bancomext, consciente de la necesidad de impulsar aquellos sectores detonadores del empleo y desarrollo del país, ha desarrollado el *Programa de Apoyo al Sector Turismo.*

El objetivo es apoyar proyectos turísticos y turísticos inmobiliarios en destinos de playa y turismo de ciudad y/o negocios a través del financiamiento directo de Bancomext o con la banca comercial bajo las modalidades siguientes:

- Hotelería
- Tiempos compartidos y fraccionales
- Tiempos completos

Por otra parte, con el fin de contribuir a la transparencia en la gestión y manejo de los recursos públicos asignados a ProMéxico, se publica el programa anual de adquisiciones:

- Programa Anual de Adquisiciones Arrendamientos y Servicios 2010
- Programa Anual de Obras Públicas y Servicios Relacionados (PAOP2010)

d. Financiación

La mayoría de las empresas requieren de financiamiento para lograr sus objetivos y crecer.

Ante la situación de competitividad actual, Bancomext genera nuevas iniciativas y apoyos para ofrecer un crecimiento concreto y sostenido a las Pymex con acceso a fuentes de financiamiento.

Asimismo cuenta con el sistema ***CrediExporta Proyectos de Inversión***, los cuales son créditos otorgados por Bancomext para apoyar el crecimiento y la modernización de la planta productiva, así como el desarrollo de nuevos proyectos productivos dentro de la cadena productiva de exportación y de las empresas generadoras de divisas o que sustituyen importaciones.

Estos apoyos financieros pueden canalizarse a:

- Adquisición de maquinaria, equipo y, en general, activos fijos para la producción, empaque y distribución de bienes o servicios, de origen nacional o importada
- Proyectos de inversión para la implantación, adecuación, ampliación o modernización de instalaciones productivas y bodegas de almacenamiento
- Adquisición de instalaciones productivas o bodegas
- Proyectos turísticos en centros con afluencia de extranjeros
- Construcción y equipamiento de naves industriales para venta o arrendamiento a empresas extranjeras en México, maquiladoras y/o exportadoras
- Financiar contratos de arrendamiento de naves industriales de largo plazo

PROMÉXICO

ProMéxico es el Organismo del Gobierno Federal encargado de coordinar las estrategias dirigidas al fortalecimiento de la participación de México en la economía internacional; apoyando el proceso exportador de empresas establecidas en nuestro país y coordinando acciones encaminadas a la atracción de inversión extranjera. Fue creada bajo la figura de Fideicomiso mediante Decreto Presidencial en junio de 2007.

ProMéxico ofrece una serie de servicios dirigidos a exportadores, inversionistas e instituciones de apoyo, así como una red de 25 Oficinas en la República Mexicana, las Oficinas centrales en la Ciudad de México y 27 Oficinas en el extranjero.

Asimismo, tiene el mandato de planear, coordinar y ejecutar la estrategia para atraer inversión extranjera directa, impulsar la exportación de productos mexicanos y promover la internacionalización de las empresas mexicanas para contribuir al desarrollo económico y social de México.

Objetivos

- Coadyuvar en la conducción, coordinación y ejecución de las acciones que en materia de promoción al comercio exterior y atracción de inversión extranjera directa, realicen las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.

- Promover y apoyar la actividad exportadora y la internacionalización de las empresas mexicanas, a través de medidas que reordenen, refuercen, mejoren e innoven los mecanismos de fomento a la oferta exportable competitiva, principalmente de las pequeñas y medianas empresas.

- Difundir y brindar asesoría, especialmente a las pequeñas y medianas empresas, respecto de los beneficios contenidos en los tratados internacionales o negociaciones en materia comercial, promoviendo la colocación de sus productos y servicios en el mercado internacional, de manera directa o indirecta.

- Brindar asesoría y asistencia técnica en materia de exportaciones a las empresas mexicanas.

- Organizar y apoyar la participación de empresas y productores en misiones, ferias y exposiciones comerciales que se realicen en el extranjero, para difundir los productos nacionales y promover el establecimiento de centros de distribución de dichos productos en otras naciones.

- Promover las actividades tendientes a la atracción de inversión extranjera directa que lleven a cabo las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, así como apoyar a las Entidades Federativas en la ubicación de inversión extranjera directa en el territorio nacional.

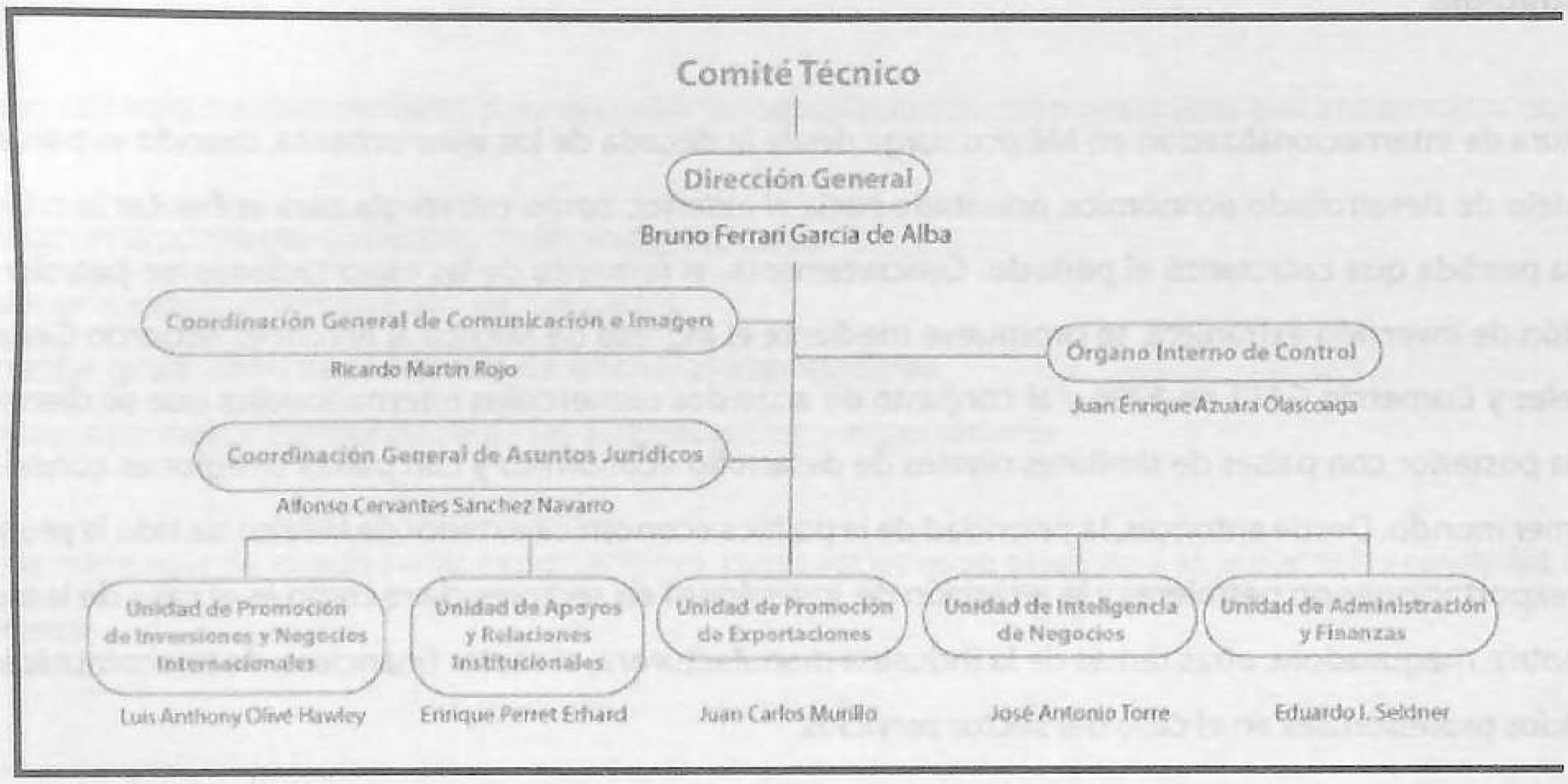


Ilustración 10 - Organigrama ProMéxico. Fuente: ProMéxico

a. Estructura

El entorno mundial demanda de las tesorerías no sólo el seleccionar instrumentos que permitan optimizar el uso de sus recursos financieros, sino que también es fundamental seleccionar a la institución financiera a través de la cual realizarán sus transacciones, ya que se ha vuelto esencial el considerar factores de seguridad, atención especializada, calidad y agilidad.

ProMéxico es un organismo que orienta para incursionar en los mercados internacionales en sus distintas etapas de desarrollo contando con diferentes canales:

- Canal Universitario
- Canal del Emprendedor
- Canal para Empresas Preparadas
- Canal para Empresas Exportadoras

Cuenta con un Área de Inversión orientada a los temas de Tratados de Libre Comercio, Acuerdos para la promoción y protección recíproca de las inversiones y Acuerdos para evitar la doble tributación, todos estos enfocados en México.

b. Estrategia

La cultura de internacionalización en México surge desde la década de los años ochenta, cuando el país adopta el modelo de desarrollado económico orientado hacia el exterior, como estrategia para enfrentar la crisis de la década perdida que caracterizó el periodo. Concretamente, el fomento de las exportaciones no petroleras y la atracción de inversión extranjera, se promueve mediante el ingreso de México al entonces Acuerdo General de Aranceles y Comercio GATT en 1986 y al conjunto de acuerdos comerciales internacionales que se dieron en la década posterior con países de similares niveles de desarrollo económico y con países o regiones consideradas de primer mundo. Desde entonces, la prioridad de la política económica exterior de México ha sido la promoción de las exportaciones no petroleras y la atracción de inversiones en sectores clave como es el caso de la industria automotriz, maquiladora, otras ramas de la industria manufacturera, el sector financiero, de telecomunicaciones y servicios profesionales en el caso del sector servicios.

De acuerdo con la Secretaría de Economía, el objetivo actual es:

"Dar un impulso renovado a la Agenda de Competitividad para convertir a México en un imán de inversión en el mundo."

Uno de los retos más importantes para la economía mexicana durante este año es consolidar la recuperación en la producción y el empleo. Para apuntalar este proceso es fundamental lograr un mejor posicionamiento de los productos mexicanos en los mercados internacionales y atraer mayores flujos de inversión extranjera al país.

La coyuntura económica internacional, así como los avances en el mejoramiento del ambiente de negocios, brindan importantes ventajas competitivas a México como destino de inversiones.

Por otro lado, la ubicación geográfica del país y el lanzamiento del TLCAN son una excelente plataforma para vender desde México al mercado más grande del mundo. Las estimaciones para 2014 señalan que el tamaño del mercado de la región alcanzará 20.746 miles de millones de dólares, cifra que representaría 25,6% del PIB global.

Doce acuerdos comerciales celebrados con 44 naciones hacen de México uno de los países más abiertos al comercio internacional en el mundo y con acceso preferencial a más de mil millones de consumidores potenciales.

Existen muchas otras ventajas que ofrece México a las empresas. Éstas se relacionan con los costos de operación de las compañías (impuestos, trámites, etc.), su capital humano, infraestructura, el nivel de "riesgo-país", entre otros. Estos factores favorecen tanto las exportaciones mexicanas como la captación de inversión extranjera directa.

Las líneas estratégicas desarrolladas para impulsar las exportaciones están orientadas a alcanzar cuatro objetivos:

1. Motivar un crecimiento sostenido de las exportaciones.
2. Lograr una mayor diversificación de mercados.
3. Aumentar gradualmente el número de empresas exportadoras.
4. Alcanzar una mayor permanencia de las empresas como exportadores

La nueva estrategia de impulso a las exportaciones, cuyas acciones se orientan a alcanzar estos objetivos, consta de 3 pilares:

1. Proyectos de Exportación

- Agrupamiento de empresas de un sector que tienen como objetivo iniciar, incrementar y/o diversificar las exportaciones a un país específico a través de una estrategia compartida.
- Los proyectos implican la identificación de requerimientos de las empresas, los apoyos necesarios y labores de inteligencia comercial.

2. Red de Socios Estratégicos

- Alianzas con cámaras, asociaciones y gobiernos estatales para promover y desarrollar proyectos de exportación.
- Identificación de roles específicos de los actores involucrados.
- Uso eficiente de los recursos que aportan los diferentes actores.

3. Promoción Internacional

- Acciones de promoción diseñadas conjuntamente por las Embajadas, Consulados y Consejerías de ProMéxico, que incluyen: participación en ferias y misiones, identificación de compradores, agendas de negocios, acompañamiento en procesos de negociación y cierre.
- Campañas de imagen de México en países con mayor oportunidad.

El elemento central de la estrategia es el desarrollo de los proyectos de exportación. En éstos se identifican los roles que juegan los diferentes actores y los recursos que éstos destinan para el éxito de los proyectos. Esta definición es importante ya que ProMéxico destina mayoritariamente recursos para las acciones de promoción, mientras que otros actores deberán aportarlos para el desarrollo de oferta exportable.

Otro elemento importante son las labores de inteligencia comercial. Aquí, ProMéxico aporta estudios y herramientas de análisis, para apoyar la selección de los mercados objetivo en los proyectos de exportación.

c. Programas, Acciones y Servicios

Asimismo, ProMéxico cuenta con un programa de Oportunidades de Exportación el cual es un sistema d búsqueda de contactos de negocios en el exterior, el cual ofrece información confiable y oportuna para la empresas exportadoras o con interés de incursionar en los mercados internacionales.

Principales Sectores para la promoción internacional:

- Aeroespacial
- Agroalimentario
- Automotriz
- Ciencias de la vida
- Eléctrico-Electrónico
- Energías renovables
- Industrias creativas
- Hábitat, moda y diseño
- Residencias turísticas
- Servicios profesionales y software

México es un destino atractivo y conveniente para realizar inversiones. El territorio goza de una posición geográfica estratégica, gran riqueza natural y la ventaja de ser un país de jóvenes. Esto, aunado a la pluralidad de sus sectores industriales, sólidas relaciones comerciales internacionales, estabilidad económica y financiera, así como una notable madurez política, lo consolida como uno de los mejores destinos para la inversión internacional.

d. Seguimiento

La encargada de coordinar y organizar al Interior de la Coordinación General de Asesores los asuntos, proyectos y/o procesos emitidos por la Dirección General en cumplimiento de las atribuciones de ProMéxico, es la Coordinación de Seguimiento a Proyectos Institucionales. Asimismo, asesorar y supervisa el cumplimiento de las metas y compromisos establecidos por las Unidades del fideicomiso responsables de los mismos.

Funciones:

- Supervisar las metas y objetivos que integran los nuevos proyectos, programas y/o procesos emitidos por la Dirección General, con la finalidad de coordinar la consecución de las mismas.
- Dirigir las acciones relacionadas con los asuntos, proyectos y/o procesos de Dirección General y de

las Unidades de ProMéxico a fin de llevarlas a cabo, para el cumplimiento de metas y objetivos.

- Supervisar los informes periódicos que rinden las unidades responsables, relacionados con asuntos, proyectos y/o procesos, para que se cumpla con las indicaciones de la Dirección General.

Para aprovechar el potencial de promoción de la amplia red de oficinas de México en el exterior, así como el conocimiento de los mercados locales, se considera que el elemento central de coordinación entre las instituciones, debe ser un plan de trabajo elaborado conjuntamente entre las Consejerías de ProMéxico y la Embajada o Consulado correspondiente.

Dicho plan debe estar enfocado en los sectores económicos con mayor potencial de negocios, lo cual implica descartar algunas actividades económicas y empresas con baja probabilidad de éxito. Las labores de inteligencia de negocios que se realizan en las oficinas centrales de ProMéxico y la Cancillería deberán apoyar el desarrollo de los programas de trabajo.

Durante 2009 ProMéxico comenzó el desarrollo de instrumentos de gestión y seguimiento que facilitarán la coordinación entre las dependencias involucradas en la promoción. En diciembre del año pasado se liberó la primera versión del Módulo de Gestión de Proyectos de Inversión y actualmente se está trabajando en el Módulo de Gestión de Promoción de Exportaciones. Con estas herramientas se podrá dar seguimiento a la agenda de promoción de las oficinas en el exterior y a sus avances respecto a los objetivos planteados. Estas herramientas serán puestas a disposición de la Cancillería durante el 2010.

e. Marco Político del Comercio Exterior e Inversión Extranjera

En el transcurso de los últimos años, México ha suprimido barreras a la inversión extranjera y ha promulgado un nuevo marco jurídico para la misma. La ley que rige la inversión extranjera es la Ley de Inversión Extranjera promulgada en diciembre de 1993 y su reglamento, el cual establece el marco regulatorio actual. Dicha ley es aplicada a través de la Comisión Nacional de las Inversiones Extranjeras de la Secretaría de Economía. (Ref. Anexo 1)

En cuanto a la administración económica y comercial del país, las principales secretarías y organismos públicos están la Secretaría de Hacienda y el Crédito Público. La Secretaría de Economía tiene atribuidas las competencias de negociaciones comerciales, inversión extranjera, prácticas comerciales internacionales, normatividad, industria y comercio.

Es importante señalar que los 31 estados de la República junto con el Distrito Federal, tienen como competencias la promoción de comercio e inversiones en sus Estados a través de su propio gobierno federal.

[illegible] de la OMC [illegible] multilateral [illegible] principal instrumento [illegible]

[illegible]

[illegible] para el año 2005.

El [illegible]

El ingreso [illegible] 2005 [illegible] entre 2001 y 2004. Las condiciones [illegible] competitividad [illegible]

Las [illegible]

[illegible]

I. [illegible] de la Política Comercial y la Inversión Extranjera

La Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras [illegible] Anexo II.

Dentro de los actores principales del comercio exterior y la inversión extranjera se encuentra PROMÉXICO y la Secretaría de Turismo, siendo sus funciones principales, para el primero, la promoción de exportaciones e inversión extranjera, y para el otro, la atracción de turismo y el de desarrollo económico local a nivel Estatal.

ProMéxico cuenta con una amplia red de oficinas en el exterior que, coordinadas con la red internacional de representaciones de México, son el punto de contacto de inversores e importadores en el mundo. Además, a través de sus representaciones en México, conjuntamente con gobiernos estatales y otras entidades del sector público, atiende a las empresas que desean iniciarse en la exportación o consolidar su presencia en el mercado internacional.

A través de la página web de ProMéxico (www.promexico.gob.mx), puede accederse a una sección especialmente dirigida al inversor extranjero, que ofrece información de utilidad. Entre los contenidos de esta página web, se pueden destacar:

- Una Guía Para Invertir en México, que ofrece información sobre los trámites a realizar a la hora de abrir una nueva empresa en México, el régimen fiscal y la normativa que atañe a importaciones y exportaciones, entre otras.

- Una Guía de Costos Industriales, que proporciona información acerca de los costes aproximados de la tierra, los servicios básicos o los salarios del personal.

- La oferta de servicios de atención al inversor: Recientemente, el organismo mexicano presentó una serie de servicios destinados a facilitar a los inversores sus operaciones en México. Entre los servicios ofrecidos se encuentran:

  - Los ejecutivos por proyecto: Son consultores proporcionados por ProMéxico, quienes guían a la empresa a través de su proceso inversor.

  - La Ventanilla Única: ProMéxico coordina la relación entre el inversor y las dependencias de gobierno, entidades educativas, asociaciones u otras organizaciones públicas y privadas que éste requiera contactar.

  - Agendas de negocios: Mediante este servicio, la entidad se ofrece a programar reuniones entre

éste y las empresas mexicanas que sean de su interés o con los representantes de entidades públicas.

- Oficina temporal de negocios: Se ofrecen oficinas y servicios, de manera temporal.

- Atención permanente: Asistencia a empresas ya establecidas que buscan expandir sus operaciones.

g. Marco Jurídico y Fiscal de la Inversión Extranjera

El marco regulador de la inversión extranjera en México se compone de:

- El artículo 73 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM).
- La Ley de Inversión Extranjera (LIE).
- El Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras (RLIE).
- La Resolución General número 10 de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras (RG10CNIE)
- La Resolución General número 6 de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras (RG6CNIE).

La Ley de Inversión Extranjera (LIE) y su reglamento componen el marco regulador de la inversión extranjera en México siendo el organismo responsable de la aplicación de esta ley es la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras (CNIE), que depende de la Secretaría de Economía. México ve en la promoción de las inversiones extranjeras un complemento esencial de la liberalización del comercio. (Ref. Anexo 1)

No se imponen límites a la inversión extranjera en las actividades que no están reservadas ni sujetas a reglamentaciones especiales. Sin embargo, algunos sectores siguen estando reservados al Estado mientras que otros lo están al capital mexicano, requieren una participación mayoritaria de capital mexicano o bien una aprobación previa para que la participación extranjera pueda exceder del 49% del capital total. Se permite superar los límites fijados para la inversión extranjera mediante la utilización de la inversión neutra (acciones sin derecho de voto).

México ha reducido el promedio aritmético de sus aranceles de NMF del 16,5% en el año 2001 al 11,2% en el año 2007. Los productos agropecuarios siguen recibiendo mayor protección arancelaria (23%) que los demás productos (9,9%). El régimen de los aranceles aplicados es complejo y se ha acentuado la dispersión arancelaria. Existe progresividad arancelaria negativa entre las materias primas y los productos semielaborados, lo que ha originado incongruencias en la estructura arancelaria.

México ha consolidado todos sus aranceles con un tipo medio del 36%, lo que ha mejorado la previsibilidad.

México ha adoptado diversas medidas para agilizar las operaciones de comercio exterior, pero ciertos procedimientos siguen siendo complejos. Ello sugiere la necesidad de llevar adelante el proceso de reforma aduanera y la simplificación de las reglamentaciones del comercio exterior. La valoración en aduana sigue basándose en un mecanismo de precios estimados para ciertos productos, que incluye la exigencia de una garantía cuando el valor declarado es inferior al precio estimado.

Los productos importados están sujetos al pago del Derecho de Trámite Aduanero, en la mayoría de los casos a una tasa del 0,8% del valor en aduana; las importaciones preferenciales están exentas de este gravamen. Determinados productos, como los vehículos y la ropa usados, están sujetos a permisos de importación previos que tienen por objeto, entre otros, proteger el medio ambiente y la salud pública. Se ha eliminado el mecanismo de aviso previo de importación.

En general están claramente definidos los procedimientos de adopción de reglamentos técnicos (Normas Oficiales Mexicanas, NOM). En ciertos casos se permite a los productores de países con los que México mantiene acuerdos preferenciales utilizar la certificación obtenida por otros importadores del mismo producto. Las mercancías sujetas a medidas sanitarias o fitosanitarias deben cumplir las NOM, las Hojas de Requisitos Fitosanitarios o Zoosanitarios y/o ciertas prescripciones en materia de inspección.

México promueve las exportaciones otorgando concesiones arancelarias y fiscales, así como facilidades administrativas. Los principales instrumentos de promoción, la Maquila y el PITEX, fueron fusionados en el programa IMMEX al final de 2006. Este programa otorga beneficios fiscales sujetos al cumplimiento de requisitos mínimos de exportación a menos que se disponga otra cosa en acuerdos preferenciales. Además de este sistema y de la devolución de derechos, existen otros programas por los que se otorgan facilidades administrativas o apoyo financiero a las empresas que cumplen requisitos de exportación. Este país no ha realizado, desde el año 2001, notificaciones de subvenciones nuevas o actualizadas (para productos no agrícolas).

Específicamente, dentro de los incentivos fiscales se encuentran la deducción inmediata que es una deducción que se aplica a inversiones en todo el país, excepto en las zonas metropolitanas y de influencia del D.F., Monterrey y Guadalajara, para incentivar las inversiones fuera de estos tres núcleos urbanos. No obstante, esta deducción es accesible en dichas áreas cuando se trate de empresas intensivas en mano de obra, que utilicen tecnologías limpias en sus emisiones de contaminantes, y no requieran de uso intensivo de agua en sus procesos productivos.

Por otro lado, están los Incentivos de Impuestos Federales para compañías que no tienen permanencia establecida en México, tales como las compañías maquiladoras elegibles (IMMEX) bajo ciertas condiciones se les otorga una importante reducción del pago del impuesto sobre la renta.

Adicionalmente, los Créditos Fiscales para Impuestos Federales en I+D (Investigación y Desarrollo) son dadas a las compañías elegibles, las cuales pueden recibir un crédito fiscal (y/o un crédito en impuesto) del 30% del total del gasto en actividades de I+D, incluyendo procesos y diseño.

México también facilita diversos planes de financiación y garantía de las exportaciones por intermedio de bancos de desarrollo.

Desde el año 2002, México aplica varios programas de fomento sectorial (PROSEC), con arreglo a los cuales las empresas beneficiarias pueden importar con arancel reducido insumos destinados a la producción de determinados bienes.

México ha fortalecido su legislación en materia de competencia y a la autoridad encargada de ella. No obstante, siguen existiendo monopolios y niveles insuficientes de competencia en sectores tales como la electricidad, los hidrocarburos y la telefonía. Incrementar la competencia en esos sectores claves de la economía, y en otros, constituye uno de los problemas de política económica más apremiantes de México.

México no es signatario ni observador del Acuerdo sobre Contratación Pública de la OMC. La mayor parte de la contratación pública se efectúa mediante licitaciones que sólo están abiertas a personas y productos mexicanos, o a mexicanos y extranjeros de países con los que México ha firmado tratados al respecto.

México ha proseguido la reforma del sector agropecuario para lograr una mayor vinculación con el mercado. Se han reducido las intervenciones que causaban mayor distorsión y se ha mejorado la eficiencia de las transferencias a los productores, pero el apoyo a los precios y los pagos vinculados con la producción siguen representado más de la mitad de la ayuda proporcionada a los productores.

El sector manufacturero ha desempeñado una función clave en el desarrollo de México y su integración en la economía mundial. Sin embargo, en los últimos años el sector ha perdido parte de su anterior dinamismo, tanto debido a factores cíclicos como por una pérdida de competitividad en los mercados internacionales.

En muchos casos, las disposiciones sobre el acceso a los mercados de la legislación de México y de los acuerdos preferenciales son más liberales que los compromisos contraídos en el marco del AGCS. México podría mejorar la previsibilidad de su régimen de inversiones eliminado esas diferencias. Ello podría contribuir a atraer inversiones extranjeras, impulsar el crecimiento económico y redundar en un trato más uniforme entre socios preferenciales y otros Miembros de la OMC.

En los últimos años diversas reformas han transformado el sector financiero de México, mejorando su reglamentación y supervisión. A la vez se ha producido una considerable internacionalización de la banca comercial. No se restringe la participación en el capital de bancos y compañías de seguros de capitales extranjeros de países con los México tiene acuerdos de libre comercio que incluyen un capítulo sobre servicios financieros.

La capital extranjero proveniente de otros países puede tener el control efectivo de un banco, pero no de una compañía de seguros.

El mercado aéreo de México la inversión extranjera está limitada a un 25% del capital de las empresas que prestan los servicios regulares de transporte aéreo interno, y al 49% en las empresas administradoras de aeropuertos.

Para ejercer una profesión en México se requiere una cédula profesional. Ésta tiene validez en todo el país y exige, entre otras cosas, estar en posesión de un título profesional reconocido y haber completado un servicio social. Ciertos servicios profesionales y técnicos están reservados a los ciudadanos de México. El ejercicio profesional de los extranjeros está sujeto al principio de reciprocidad.

h. Relaciones Comerciales Internacionales

A partir del año 2002, México ha continuado la liberalización progresiva y unilateral de su régimen comercial. También ha concertado nuevos acuerdos de libre comercio y en la actualidad lleva a cabo un 85% de sus intercambios con interlocutores en régimen preferencial. Aunque los acuerdos preferenciales han desempeñado una importante función en los esfuerzos de liberalización realizados por México, también han alterado los incentivos económicos. Al mismo tiempo ciertos obstáculos al comercio de NMF y a las inversiones extranjeras

limitan el acceso de los consumidores y productores mexicanos a determinados bienes y servicios en condiciones más competitivas.

México tiene 12 acuerdos preferenciales con 44 países; los acuerdos con el Japón y el Uruguay fueron firmados en el año 2009. Los acuerdos preferenciales han dado lugar a una considerable liberalización de su régimen comercial. El documento consultado de la UNCTAD, concluye que la multiplicidad ha alterado los incentivos económicos y la distribución de los recursos, además de complicar la administración de los instrumentos de política comercial.

i. Análisis de Guatemala versus México

En materia de los acuerdos comerciales, Guatemala debe aprovechar los beneficios otorgados a través del TLC con México y el DR-CAFTA con respecto al Sector Manufacturero.

Al igual que Chile y Colombia, México posee una ley de competencia y una estructura legal para la administración, control y promoción de las inversiones extranjeras. Sin embargo, en los temas fiscales y aduaneros, México demuestra debilidades por la discrecionalidad y complejidad de los procedimientos implicados en las importaciones. Por lo tanto, Guatemala cuenta con una ventaja competitiva en la atracción de inversión extranjera directa, dado que al cierre del año 2008 se ubicó como el primer socio comercial de México en el Istmo, seguido de Costa Rica, según datos de PROMEXICO.

En ese mismo año, el intercambio comercial con Guatemala representó el 24.6% el total del comercio que los mexicanos tuvieron con los países de la región. Los registros de Pro México señalan que a partir de la vigencia del TLC, en el año 2001 Guatemala representó una plaza interesante para las grandes firmas mexicanas de industria, ferretería y construcción, alimentos y entretenimiento.
Según los registros oficiales de dicha agencia, en el territorio guatemalteco operan 65 empresas como Cemex, Telmex, Grupo Bimbo, Organización Ramírez, Maseca, Envases Universales, Grupo Elektra, Banco Azteca y TV Azteca. Además, se encuentran Sigma Alimentos, Grupo Fersan, Jumex, Industrias Monterrey, Grupo Vitro, Grupo Infra y Mexichem, entre otras.

A junio del año 2009, dicha oficina de inversión registró la presencia de 132 empresas guatemaltecas que se localizan en los estados de Jalisco, Distrito Federal, Michoacán, Baja California Norte, Puebla y Chiapas. Sin embargo, la balanza comercial entre Guatemala y México aún es deficitaria.

7. NUEVA ZELANDA

La institución encargada del diseño de la política comercial y de atracción de inversiones en Nueva Zelanda es Ministry of Economic Development(MED).

El Ministerio de Desarrollo Económico, Ministry of Economic and Development (MED), trabaja conjuntamente con otros ministerios del Gobierno de Nueva Zelanda, estos ministerios son: El Ministerio de Comercio, el Ministerio de Comunicación e Información Tecnológica, el Ministerio de Relaciones Internacionales, el Ministerio de Energía y Recursos y el Ministerio de turismo.

El MED está dividido a su vez en 8 áreas:

1. Servicios de Negocio
2. Competencia
3. Comercio e inversión
4. Energía y comunicaciones
5. Estrategia económica
6. Industria y Desarrollo regional
7. Información y tecnología
8. Desarrollo organizacional
9. Turismo, pequeños negocios.

Un organismo auxiliar es New Zeland Trade and Enterprise: http://www.nzte.govt.nz/Pages/default.aspx

NEW ZELAND TRADE AND ENTERPRISE

a. Organismo

New Zeland Trade and Enterprise se creó en Julio de 2003, es una agencia del gobierno de Nueva Zelanda, que tiene la finalidad de aplicar la política de crecimiento, innovación y desarrollo, (GIF por sus términos en inglés). Para lo cual tiene una red de asesores de negocios y un conjunto de programas y servicios para las empresas locales.

Esta agencia fue el resultado de la fusión de dos entidades New Zeland Trade y New Zeland Industrial, integrando de esta forma las funciones de ambas. Su objetivo esencial es ayudar a mejorar la competitividad internacional y la presencia de las empresas de Nueva Zelanda en el exterior, apoyando todas las etapas que se requieran en su incursión en otros mercados.

La política de fomento a la inversión extranjera directa en Nueva Zelanda se concentra en tres acciones:

1. Atraer inversión extranjera
2. Establecer operaciones de greenfield (Nuevas inversiones)
3. Realizar Joint Ventures (Investment New Zealand)

b. Estructura

b. Estructura

La premisa de la política económica de Nueva Zelanda parte del hecho de desarrollar y mejorar la capacidad gerencial de sus firmas locales, para que puedan insertarse en el ámbito internacional. Para lograr este objetivo, se propone el fomento de la innovación, el desarrollo sustentable y hacer de la competitividad el valor añadido de sus firmas locales.

"El objetivo del Gobierno es tener una economía dinámica e internacionalmente competitiva que aumente la prosperidad de todos los nuevazelandeses. Para apoyar dicho objetivo, el Ministerio trabaja para promover un cambio en la economía de Nueva Zelanda por el éxito de innovar, firmas internacionalmente competitivas. Debemos priorizar nuestro esfuerzo enfocando la experiencia y recursos en actividades que impacten en la innovación, la productividad y el crecimiento sostenible. Para este fin, se han determinado cinco prioridades estratégicas". [23]

El instituto gubernamental encargado de llevar a cabo las acciones que conduzcan a la inserción internacional de las empresas del país es el New Zeland Trade.

Uno de los principales objetivos del New Zealand Trade es apoyar y dar seguimiento al proceso de internacionalización de las empresas nacionales hasta lograr sus objetivos.

[23] Ministry of Economic Development, Extracto de New Zeland Economic Development: Building Business Capability.

Para propiciar en las empresas de Nueva Zelanda su inserción en los mercados internacionales, el New Zeland Trade propone la realización de cuatro grandes etapas, las que son:

- **Preparándose para exportar:** Esta etapa consiste en obtener asesoramiento, información y financiamiento procedentes de los recursos del gobierno con la finalidad de lograr la inserción internacional de la empresa que lo requiera, hasta que esté lista para exportar. Asimismo, se pueden financiar nuevos proyectos o iniciativas empresariales con este propósito.

- **Desarrollar conocimiento y experiencia**: Acceder a cursos de capacitación sobre tópicos en la materia, recibir asesoría específica para cada caso de empresa exportadora, centrándose en la competitividad y productividad como valores añadidos.

- **Participación en redes empresariales internacionales:** Desarrollar servicios de consultoría de alto nivel que puedan competir y estar a la altura de las redes empresariales a nivel internacional, para prestar dichos servicios en el mercado nacional, internacional e integrarse a nuevas oportunidades de negocios.

- **Explorar mercados de exportación:** Realizar investigación y desarrollar planes de negocio en aquellos mercados potenciales que se consideren clave para dirigir las exportaciones de las empresas de Nueva Zelanda. (New Zealand Trade).[22]

c. Estrategia

En las áreas prioritarias del Ministerio, destacan las políticas de fomento a la internacionalización de las empresas locales, mediante la identificación de sus necesidades y el desarrollo de sus capacidades para innovar, para tener acceso a financiación y para desarrollar su capacidad exportadora:

"El desarrollo económico de Nueva Zelanda depende del funcionamiento de sus negocios. El Ministerio proporciona el consejo de política sobre el desarrollo de dirección y la capacidad de negocio en un nivel firme. Las áreas particulares requieren una innovación satisfactoria, acceso a financiamientos, exportaciones y crecimiento."

[22] Ibíd.

Para el desarrollo de su política económica y comercial el MED establece las siguientes líneas de actuación:

1. Business Capability Partnership:

   Es una iniciativa del sector público/privado dirigida a mejorar la capacidad gerencial de las empresas del país. Sus objetivos son:

   - Elevar la demanda de los productos y servicios de las firmas de Nueva Zelanda
   - Mejorar la capacidad gerencial de los proveedores y sus servicios de abastecimiento para tener un impacto positivo en las firmas locales.

2. Study of New Zealand Business Practices and Performance:

   El estudio de prácticas empresariales se realiza desde el año 2001 y consiste en el análisis del funcionamiento y de las estrategias seguidas por 3.378 firmas de Nueva Zelanda en determinados sectores económicos. Los aspectos que aborda el estudio son:

   - Benchmarking your Business Practices

     Consiste en el análisis de las mejores prácticas aplicadas por las empresas de Nueva Zelanda que han destacado en su internacionalización. El análisis depende del tipo empresa y sector donde se estén comparando las prácticas y los resultados.

   - Archivo

     Presenta información adicional sobre las empresas del país, entre la que destacan datos sobre la capacidad exportadora, las estrategias de internacionalización, estadísticas oficiales del sector económico particular, tópicos relacionados con el comercio exterior y la inversión extranjera a nivel mundial. Esta información sirve como referencia al desarrollo de las mejores prácticas de las empresas que se han internacionalizado.

d. Programas, Acciones y Servicios

Los recursos y el apoyo para ayudar al crecimiento del negocio y mejorar la competitividad están disponible a través de varios programas proporcionados por New Zealand Trade and Enterprise.

Estos organismos se ocupan de la evolución a largo plazo del comercio, con el fin de adaptar los servicios de promoción del comercio a las características de la estrategia.

La agencia Trade New Zealand se encarga mediante programas internos alentar la formación de alianzas estratégicas entre grupos de empresas y la constitución de aglomeraciones empresariales, además de promocionar aglomeraciones industriales. La principal prioridad de esta agencia es la de buscar mercados exteriores, aprovechando sus servicios en Nueva Zelanda y en el extranjero, adecuando la prestación de sus servicios a las necesidades del cliente.

Esta agencia presta asistencia a algunas empresas o redes exportadoras en determinados sectores. En particular, coordinan los estudios de mercado y ofrecen una línea completa de servicios para las diversas facetas de la actividad exportadora. En el exterior, se concentra en prestar servicios a los exportadores neozelandeses en misiones comerciales, también ayudan a buscar oportunidades comerciales que correspondan a la oferta de los exportadores.

Los principales sectores considerados estratégicos por la Agencia de Inversiones de Nueva Zelandia como son los siguientes sectores:

- Biotecnología.
- Alimentos y Bebidas:
  - Sector Cárnico. (Cordero, Vaca y Oveja)
  - Sector Lácteo.
  - Sector Agroalimentario. (Kiwis).
- Tecnología de la Información y Comunicación.
- Sector Textil. (Lana)
- Sector Papel.
- Sector Metal. (Aluminio y Acero)
- Sector Químico. (Gas natural)
- Sector Servicios.
- Sector Madera. (Procesamiento maderas)
- Sectores I&D.

e. Seguimiento

El Ministerio de Desarrollo Económico es el encargado de diseñar, establecer la política de desarrollo económico y darle seguimiento a los proyectos de inversión en Nueva Zelanda, dando prioridad a la capacidad de las redes empresariales del país y a los aspectos que intervienen con las políticas de atracción y fomento de las inversiones.

Funciones:

- Coordinar el crecimiento de negocios de Nueva Zelanda e inversionistas internacionales.
- Identificar las perspectivas sostenibles de negocio.
- Adaptar soluciones de la inversión.
- Proporcionar la introducción, la coordinación y servicios de comunicación.

El Gobierno de Nueva Zelanda cuenta con un apoyo activo que permite a inversionistas internacionales para trasladarse o colaborar con empresas de Nueva Zelanda.

f. Financiación

El Comercio de Nueva Zelanda y la Empresa de Desarrollo Regional proporcionan ayuda a las regiones dentro de Nueva Zelanda para construir su propia capacidad de desarrollo económico, poner en práctica estrategias de desarrollo y alinearse con los objetivos nacionales.

Por lo tanto se han creado alianzas con organizaciones clave en cada región facilitando la colaboración entre ellos. Estas organizaciones incluyen agencias de desarrollo económico, el gobierno local y central, e instituciones educativas.

NZTE cuenta con un programa llamado "Captability Building" el cual proporciona ayuda a las empresas para alcanzar su potencial mediante la cofinanciación de los costes de desarrollo de habilidades y conocimientos.

g. Marco Político del Comercio Exterior e Inversión Extranjera

El sistema político de Nueva Zelanda es la Monarquía parlamentaria. La Corona recae en la misma persona que ostenta la Corona británica, por lo que la Reina Isabel II es también reina de Nueva Zelanda, siendo su representante el Gobernador General. Desde agosto de 2006 el Gobernador General es el honorable Anand Satyanand.

La administración pública lleva a cabo las políticas del gobierno y comprende los distintos departamentos gubernamentales o ministerios, las entidades propiedad de la Corona y las compañías propiedad del Estado. El gobierno local es, en gran medida, independiente del Gobierno Central, aunque tiene un papel subordinado

en la Constitución. Nueva Zelanda consta de 16 regiones, de las que se derivan 12 Consejos Regionales y 74 Autoridades Territoriales (16 ayuntamientos de ciudad, 57 ayuntamientos de distrito para las áreas rurales y un consejo especial para las Islas Chatmam). Los Consejos Regionales constituyen el poder más elevado de gobierno local, seguidos por las Autoridades Territoriales. Asimismo, existen 155 Oficinas Comunitarias (Community Boards) como parte de estas Autoridades Territoriales.

Nueva Zelanda, Miembro fundador de la OMC, concede como mínimo un trato NMF a todos sus interlocutores comerciales. El marco para la formulación, aplicación y evaluación de sus políticas comerciales no ha sufrido grandes cambios desde el anterior Examen de sus Políticas Comerciales. (Ref. Anexo 1

Por otro lado, la falta de capital interno determina en buena parte la actitud positiva hacia la inversión extranjera en Nueva Zelanda. Dado que la política de inversiones extranjeras está encaminada a orientar las actividades de los inversores más que a ejercer un control, existen muy pocos sectores donde se apliquen restricciones: la aviación comercial nacional, radiodifusión y prensa, la propiedad de cuotas de pesca comercial y la adquisición de tierras de cultivo.

No existen restricciones para la compra de terreno comercial o industrial. Las inversiones inferiores a los 10 millones de dólares neozelandeses y fuera de las zonas sensibles (costas, lagos e islas menores, tierra cultivable y pesca comercial) no necesitan autorización. Por encima de los 10 millones hay que solicitar autorización a la Overseas Investment Commission que juzga con arreglo a los siguientes criterios: experiencia del inversor, capital propio y ausencia de antecedentes penales que impidan la residencia de un inversor con más del 25% de participación en la empresa. No existen incentivos directos.

Nueva Zelanda ha registrado superávit fiscal todos los años del período 2009. La reciente reforma presupuestaria se ha centrado en dirigir el incremento del gasto a la resolución de los problemas de infraestructura y a una reducción de los impuestos. La reforma fiscal tiene por objetivo impulsar el crecimiento mediante la mejora del clima empresarial y de inversión, y asegurar que los dividendos del crecimiento se distribuyan equitativamente.

Debido a las cuantiosas entradas de inversión extranjera se mantuvo el superávit de las cuentas de capital y financiera.

Las entradas de inversión extranjera directa (IED) son esenciales para que Nueva Zelanda pueda afrontar problemas como las pequeñas dimensiones de su economía, la necesidad de acceder a la tecnología y los conocimientos técnicos extranjeros y de crear empresas más competitivas a escala internacional.

Las entradas de IED aumentaron ligeramente, pasando de 4.100 millones de dólares neozelandeses en 2003/2004 a 4.200 millones de dólares neozelandeses en 2007/2008. Uno de los motores fundamentales de ese aumento fueron las operaciones de fusión y adquisición y la reestructuración del capital. La legislación sobre inversión extranjera, modificada en 2005, sigue imponiendo la supervisión de las inversiones en unas pocas esferas de interés esencial, a saber, ciertos tipos de tierras "sensibles", proyectos estratégicos de infraestructura en tierras sensibles, "activos empresariales sustanciales" distintos de la tierra, y contingentes de pesca. Posteriormente, una modificación de la Ley de Inversiones Extranjeras de marzo de 2008 motivó el fracaso de una oferta de adquisición por inversores extranjeros de acciones del aeropuerto de Auckland en abril de 2008.

h. Actores responsables de la Política Comercial y la Inversión Extranjera

El Ministerio de Asuntos Exteriores y Comercio (Ministry of Foreign Affairs and Trade) se encarga de las relaciones políticas y económicas con los demás países y organismos internacionales y administra la ayuda al desarrollo. Está estructurado de acuerdo a tres criterios: regional, funcional y servicios de apoyo. Dentro del funcional, hay tres direcciones de carácter económico: la Dirección General de Cooperación para el Desarrollo, la Dirección General Económica y la Dirección General para el Comercio Multilateral. (Ref. www.mfat.govt.nz)

La Comisión de Comercio (Commerce Commission) se estableció al amparo de la Commerce Act 1986. Su función es aplicar los regímenes regulatorios que establecen las leyes, tanto horizontales como sectoriales. Su objetivo es promover la eficiencia y la competencia en los mercados.

El ente Comercio y Empresa de Nueva Zelanda (New Zealand Trade and Enterprise) funciona desde 2003 como tal, aunque sus orígenes remontan a 1988 fecha en la que se creó el Consejo para el Desarrollo Comercial de Nueva Zelanda (New Zealand Trade Development Borrad). Este organismo es similar al ICEX español y ejerce las funciones de promoción exterior. Administra una red de unas 40 Oficinas Comerciales en el exterior (una en España). Su oficina central se encuentra en Wellington.

Investment New Zealand es el organismo de promoción de inversiones en Nueva Zelanda. Presta asistencia a empresas extranjeras que desean establecerse en Nueva Zelanda, mediante el suministro de información, puesta en contacto con las autoridades locales, ayuda con estudios de factibilidad, etc. (Ref. www.investmentnz.govt.nz)

i. Marco Jurídico y Fiscal de la Inversión Extranjera

Tras la aprobación el 25 de agosto de 2005 de la nueva Overseas Investment Act 2005, la Oficina para Inversiones

Extranjeras, como parte de Land Information New Zealand, es la entidad encargada de administrar las políticas que regulan la inversión extranjera. Anteriormente era la Comisión para Inversiones Extranjeras la que se encargaba de estas funciones. (Ref. Anexo 1)

De acuerdo con esta ley, se exige autorización a cualquier no residente que desee adquirir activos estratégicos en Nueva Zelanda. Se entienden por tales:

1. Inversión de no residentes en determinados terrenos (sensitive land):

   i. Cualquier adquisición de un terreno (la propiedad vitalicia o el arrendamiento para periodos superiores a 3 años), en los que haya implicado un terreno considerado en éste epígrafe requerirá obligatoriamente la obtención de autorización previa; independientemente de que se adquiera directamente o a través de la compra de acciones de empresas (incluyendo los derechos de renovación e independientemente de que existan o no garantías o avales), siempre que no se trate de una adquisición exenta.

   ii. Adquisición de derechos e intereses en valores de una persona (A), si ésta controla directa o indirectamente intereses en tierras descritas en el punto anterior y como resultado de la adquisición:

      - El extranjero (sólo o junto con sus asociados) adquiere el 25% o más de la propiedad o el control de los intereses de A, o si
      - El extranjero o asociado (sólo o con sus asociados) incrementa su propiedad del 25% que ya poseía de A, o si
      - El propietario inicial se convierte en no residente.

2. Sean adquisiciones en activos empresariales de relevancia económica. Se entiende por tales:

   i. La adquisición por un extranjero, o asociado de un extranjero, de derechos o intereses en valores de una persona (A) si:

      - Como resultado de la adquisición, el extranjero (solo o en sociedad) obtiene un 25% o más de la propiedad o el control de A; y

      - El valor de los títulos o su estimación, o el valor de los activos de A o A mismo junto con las filiales en las que posea un 25% o más, adquiridos exceden los 100 millones de NZ$, o

ii. El establecimiento de un extranjero, o socio de aquel, de un negocio en Nueva Zelanda si:

- El negocio se mantiene en marcha durante más de 90 días en cualquier año (sean consecutivamente o agregados); y

- El total del gasto en que se espera incurrir, antes de empezar el negocio, para el establecimiento del mismo, excede los 100 millones de NZ$, o

iii. La adquisición por parte de un extranjero, o socio de éste, de una propiedad (incluyendo el fondo de comercio o cualquier otro activo intangible) en Nueva Zelanda, para llevar a cabo un negocio en Nueva Zelanda, si el valor total excede los 100 millones de NZ$.

Sin embargo, queda excluida de la solicitud de consentimiento del punto 2.b cualquier persona extranjera que estuviera desarrollando un negocio legalmente en Nueva Zelanda a 15 de enero de 1996.

Se exige también consentimiento para cualquier transacción que suponga la adquisición por parte de un no residente en cuotas de pesca (fisheries Act).

Además de la Overseas Investment Act, las inversiones extranjeras en pesquerías comerciales en Nueva Zelanda están controladas por la Fisheries Act 1996 y ciertas partes de la misma ley de 1983.

Estas legislaciones específicas regulan la pesca comercial de la mayor parte de especies de peces dentro de las aguas territoriales neozelandesas. Las cuotas permiten a sus propietarios el derecho a ejercer la pesca comercial de las especies y en las cantidades establecidas por ésta. Cualquier pesca comercial de especies reguladas sin contar con una cuota o autorización expresa será considerada ilícita.

Tanto la legislación sobre las inversiones extranjeras, como la de pesca prohíben a cualquier extranjero poseer activos o participaciones en cuotas, derechos o participar en negocios (con una participación superior al 25%) que posea o controle (directa o indirectamente) una cuota o parte de ella.

La Overseas Investment Office (OIO) es el organismo responsable de aprobar las solicitudes de extranjeros para invertir en Nueva Zelanda. La legislación confiere a este organismo una amplia libertad de decisión para garantizar el consentimiento, con o sin condiciones, o de denegarlo.

La OIO depende del ministerio de finanzas salvo en el caso de propuestas sobre tierras o pesca, en cuyo caso los Ministerio de la Tierra, o de la pesca, respectivamente, serán también responsables. La OIO autoriza estas

inversiones teniendo en cuenta los siguientes criterios: experiencia del inversor, capital propio y ausencia de antecedentes penales que impidan la residencia, así como el resultado de la operación para los intereses del país (creación de empleo, introducción de nuevas tecnologías en el país, incremento de las exportaciones, mejora de la competencia, la eficiencia o la productividad…), además se tienen en cuenta los factores de interés nacional relacionados con la fauna, flora y patrimonio histórico.

La adquisición de títulos valor de empresas neozelandesas por extranjeros, no requiere con carácter general de aprobación, salvo que:

- La inversión supere los umbrales financieros (que se verán a continuación).
- La empresa objeto de la compra posea tierras o pesquerías o algún tipo de interés en éstos, donde los terrenos o espacios de pesca requieran aprobación.
- El inversor extranjero posea el 25% o más de la propiedad o controle la empresa.

En cuanto a los umbrales financieros, que harán necesario obtener aprobación son:

- Que el precio de compra de títulos supere los 100 millones NZ$.
- El valor total de las acciones supere los 100 millones NZ$.
- El valor bruto de los activos de la empresa objeto de la compra supere los 100 millones NZ$.

A continuación se encuentran los principales cuerpos legislativos que regulan las diferentes áreas de la actividad empresarial en NZ.

- Commerce act 1986. Las leyes anticorrupción o de la competencia están contenidas en esta ley. La restrictiva regulación sobre las prácticas en el comercio de esta ley está, en gran medida, basada en la legislación australiana, que a su vez está basada, en gran medida, en la legislación antitrust federal estadounidense.

- Fair Trading Act 1986. Esta ley establece los patrones del comportamiento comercial y protege a los consumidores mediante la prevención de conductas improcedentes. Además complementa al Commerce Act Estableciendo patrones en la conducta de comercio. Aquellos comerciantes que no cumplan con los estándares establecidos pueden ser multados, según lo estipulado en esta ley.

- Consumer Garantees Act 1993. Esta legislación es de aplicación para todos aquellos bienes o servicios adquiridos normalmente para uso o consumo personal, familiar o doméstico. Según esta ley, los fabricantes,

- comercializadores e importadores han de garantizar sus productos por ley.

- Securities and Markets Act 1993. Según esta ley, si un inversor adquiere, directa o indirectamente, un 5% o más de una empresa, cotizada en la bolsa neozelandesa, tendrá que cumplimentar un informe de seguridad junto con la empresa objeto de la compra y la comisión del mercado de valores. Esta notificación debe incluir información sobre el inversor y las empresas o activos sobre los que tiene participaciones. Una vez que se ha presentado esta información, cualquier cambio público en un 1% o más del capital de la misma habrá también de ser notificado.

- Resource Management Act 1991. La política medioambiental está regulada por esta ley, entre otras legislaciones específicas. Según esta ley, todos los usos de la tierra, el aire y el agua están regulados por los gobiernos locales y regionales.

Nueva Zelanda concede gran prioridad al establecimiento de leyes transparentes y fácilmente accesibles, muchas de las cuales pueden consultarse en línea. Hace tiempo que se considera a este país en la vanguardia de las iniciativas de reforma de la reglamentación favorable a la competencia, y se encuentra constantemente entre las principales economías del mundo en cuanto a la calidad de sus regímenes e instituciones de reglamentación; las actividades actuales se centran en propuestas que probablemente tendrán un efecto positivo considerable sobre el crecimiento económico, y el nuevo programa de examen de la reglamentación tiene por objeto identificar y eliminar la reglamentación ineficiente y superflua.

Se han introducido cambios menores en las disposiciones sustantivas de la legislación general sobre competencia de Nueva Zelanda. Se han efectuado amplias modificaciones, entre otras, en las disposiciones de control reglamentario, incluidas las leyes sobre competencia relativas a industrias específicas. Desde noviembre de 2004, la política de clemencia y la nueva política de cooperación han resultado eficaces, entre otras cosas para romper las tendencias a establecer cárteles.

En líneas generales, el sector de los servicios sigue siendo relativamente liberal y competitivo, y tiene pocos obstáculos para la participación. Nueva Zelanda ha asumido compromisos en 90 de los 155 sectores definidos en el AGCS y sólo ha consignado una exención del artículo II (NMF) para los acuerdos de coproducción de películas.

Con todo, proseguirá la participación del Estado en el sector de la aviación, en el que el Gobierno tiene una participación mayoritaria en la compañía aérea más grande.

La aviación está sujeta a un límite a la inversión extranjera. Pese a la desreglamentación del sector de las telecomunicaciones gracias a la desagregación del bucle local, las tarifas siguen siendo relativamente elevadas.

La prosecución de la reforma del sector financiero, con medidas como la aplicación del marco sobre coeficiente de garantía del Acuerdo de Basilea II, ha propiciado la mejora del balance de los bancos.

En octubre de 2007 Nueva Zelanda hizo públicos una serie de incentivos para promover la inversión y la innovación, incluyendo rebajas fiscales en los tipos impositivos de las compañías y recortes en los tipos de interés para los créditos destinados a I+D. Otros cambios en la política de incentivos van destinados a la atracción de IED, a promover el ahorro doméstico y a hacer viable la estructura de "sociedades limitadas" para las entidades de capital riesgo.

El paquete de reformas fiscales anunciado incluye:

- recorte en el impuesto de compañías, que quedaría al 30% desde el año fiscal 2008- 09.
- un crédito fiscal del 15%, aplicable sobre el gasto en I+D.
- Una "exención fiscal para los ingresos de la actividad empresarial" provenientes de compañías extranjeras controladas por neozelandeses.
- Una tasa reducida, al 30% para ciertos instrumentos de ahorro.

Además, Nueva Zelanda concede Ayuda para el Comercio dirigida a: la creación de capacidad relacionada con el comercio y la facilitación del comercio; los problemas anejos a las limitaciones de la oferta; y el apoyo a la creación de capacidad en el terreno de la política y la reglamentación del comercio. Considera que el Mecanismo de Examen de las Políticas Comerciales (MEPC) debería emplearse más para evaluar la repercusión de las políticas comerciales de los miembros de la OCDE sobre las perspectivas económicas de los países en desarrollo, así como su progreso en el cumplimiento de los planes de Ayuda para el Comercio que puedan tener.

El recorte del impuesto de compañías (que actualmente está en el 33%) sitúa a Nueva Zelanda en línea con Australia. El recorte espera hacer de Nueva Zelanda un lugar más atractivo para la inversión, especialmente porque no practica retenciones como en el caso de Australia y otros países.

El crédito fiscal por actividades de I+D estará también disponible para empresas neozelandesas. Para acceder a este crédito, la empresa debe de controlar el proyecto de I+D y ser quien soporta el riesgo financiero y técnico del mismo, así como ser el propietario de los resultados del proyecto. Los trabajos de I+D deben realizarse predominantemente en Nueva Zelanda.

Además, la nueva legislación introduce las Sociedades (partnerships) de responsabilidad limitada, con lo que se intenta facilitar el acceso de empresas neozelandesas a capitales inversores. Este tipo de sociedades son el preferido internacionalmente por las sociedades de capital riesgo. Estas sociedades no tributarán como las sociedades (partnership), sino que serán gravadas individualmente, al tipo marginal que a cada socio le corresponda y en función de su participación en los beneficios.

Otra política recientemente desarrollada para atraer "inversores activos", es la destinada a facilitar los trámites de inmigración, según tres tipos de inversores:

- Inversores globales – son la categoría prioritaria, por su alto valor inversor, se refiere a aquellos que inviertan 20 millones de NZ$ (incluyendo 5 millones en inversión directa), los requisitos exigidos son mínimos y se les agiliza el proceso de inmigración.
- Inversores profesionales – son la segunda categoría, para aquellos inmigrantes que inviertan 10 millones NZ$ (incluyendo 2 millones de inversión directa) tiene unas condiciones más moderadas e igualmente se les agiliza todo el proceso.
- Inversores directos en general – Para todos aquellos que inviertan como mínimo 2,5 millones NZ$.

Por otro lado, el arancel sigue siendo el principal instrumento de la política comercial de Nueva Zelanda y una importante (y creciente) fuente de ingresos fiscales (1,5 % de los ingresos fiscales totales en 2007/2008).

En el marco de un programa de reducción arancelaria unilateral, el promedio del tipo NMF aplicado de Nueva Zelanda disminuyó del 4,1% (2002) al 2,5% (2008); se cree que seguirá bajando hasta llegar al 2,4% (julio de 2009). La estructura arancelaria se ha simplificado en gran medida y consta principalmente de tres tipos ad valorem (nulo, 5% y 12,5%) y seis tipos específicos; los tipos "alternativos específicos" fueron eliminados en 2005. Los tipos ad valorem máximos (19 % en 2002) han disminuido considerablemente y en julio de 2009 se situarán en el 10%.

Los procedimientos aduaneros y de simplificación del comercio de Nueva Zelanda figuran entre los más avanzados y son un medio para mantener el compromiso de su economía con un comercio libre y abierto. En el período objeto de examen, Nueva Zelanda ha modificado sus criterios sobre las normas de origen preferenciales

aplicadas en virtud de acuerdos bilaterales o plurilaterales, pasando del enfoque del valor de contenido regional al método del cambio de la clasificación arancelaria.

No se aplican restricciones ni prohibiciones de las importaciones por motivos comerciales; desde 1992 no se mantienen prescripciones en materia de licencias con respecto a las importaciones. No obstante, las importaciones de productos animales y vegetales están reguladas por leyes sanitarias y fitosanitarias relativamente estrictas. En la esfera de la inocuidad de los alimentos se han realizado cambios institucionales y se están revisando ciertas disposiciones. Algunos productos, en especial el queso sin pasteurizar, las aves de corral vivas y los huevos frescos, no pueden importarse hasta que se ha evaluado el riesgo que suponen para la salud de las personas y de los animales o la preservación de los vegetales. Casi todas las normas son voluntarias y la proporción de las que no son equivalentes a normas internacionales ha disminuido.

Nueva Zelanda no aplica obstáculos a las exportaciones, excepto los mantenidos por razones de salud y seguridad o en cumplimiento de las obligaciones internacionales. Los exportadores reciben seguros del crédito a la exportación y se benefician de las actividades de promoción que lleva a cabo una institución estatal; la financiación pública es reembolsada en su totalidad por sus receptores. Los exportadores pueden obtener devoluciones o reembolsos de los impuestos en frontera e internos (aranceles, impuesto especial de consumo e impuesto sobre bienes y servicios) de los que haya constancia contable; durante el período examinado, las devoluciones totales se triplicaron con creces, alcanzando una tasa media del 5,94 % del valor f.o.b. de las exportaciones.

La finalidad de la ayuda interna es fomentar la transformación de la economía y las exportaciones de las empresas mediante la innovación y las actividades de investigación y desarrollo dirigidas por el sector público: se emplea la financiación directa y los incentivos al impuesto sobre la renta (entre otros, a las actividades de investigación y desarrollo realizadas entre 2007/2008 y abril de 2009).

Nueva Zelanda no concede subvenciones directas a las actividades de ningún sector específico; en su notificación correspondiente a 2007, presentada de conformidad con el artículo 25 del Acuerdo sobre Subvenciones y Medidas Compensatorias de la OMC, notificó la existencia de 13 programas que proporcionan asistencia, incluido el reembolso del impuesto especial sobre el consumo aplicado a la gasolina utilizada con fines comerciales.

j. Relaciones Comerciales Internacionales

Nueva Zelanda ha hecho esfuerzos por cumplir sus obligaciones en materia de transparencia a nivel multilateral, entre otras cosas cumpliendo la mayor parte de las prescripciones de la OMC en materia de notificaciones,

aunque ha presentado sus datos sobre aranceles y comercio con cierto retraso y desde 2004 no ha informado sobre sus actividades de comercio de Estado.

El país ha mantenido su apoyo y compromiso con el fortalecimiento y la liberalización del sistema multilateral de comercio y con un resultado satisfactorio de las negociaciones de la Ronda de Doha. Sin embargo, considera su red extranjera de acuerdos comerciales preferenciales un complemento de su estrategia general en la esfera del comercio, pues crea nuevas oportunidades comerciales en un lapso de tiempo más breve y mejora el acceso de sus exportadores de bienes y servicios a mercados fundamentales.

Por consiguiente, ha tratado de concertar acuerdos comerciales preferenciales de tipo bilateral o plurilateral con sus principales interlocutores comerciales (en particular Tailandia, China, y los países de la ASEAN) y continúa negociando o prevé mantener negociaciones para establecer acuerdos de esta índole con otros (como el Consejo de Cooperación del Golfo, la India, el Japón, Corea, Malasia). La mayoría de esos acuerdos, notificados a la OMC y examinados por ella, abarcan bienes, servicios e inversiones. Todos los productos originarios de países menos adelantados (PMA) tienen derecho a entrar libres de derechos en Nueva Zelanda desde el 1º de julio de 2001; se han eliminado las preferencias arancelarias unilaterales concedidas a los PMA o han sido erosionadas por las reducciones de los aranceles NMF y otros factores (como la situación de los beneficiarios).

En el marco de sus acuerdos bilaterales y plurilaterales, Nueva Zelanda, que tiene la condición de observador en el Acuerdo sobre Contratación Pública de la OMC desde diciembre de 2008, se ha comprometido a no discriminar entre los proveedores de bienes y de servicios; sin embargo, se ha encargado a los departamentos gubernamentales que pidan información sobre el origen y contenido nacional de todas las ofertas de suministro de mercancías. Hasta hace poco, Nueva Zelanda ha mantenido un régimen de contratación pública descentralizado.

En el 2006 se aprobaron las Normas Obligatorias para la Contratación y se están elaborando planes para la aplicación progresiva de la política única de contratación en todo el sector estatal. Se presta asistencia a las empresas nacionales y a los departamentos y organismos gubernamentales para que identifiquen las oportunidades de contratación importantes que pueden ser cubiertas por proveedores nacionales competitivos. El proceso de privatización ha quedado en suspenso y se han producido casos de renacionalización.

No hay impuestos sobre las utilidades, ni sobre la repartición de dividendos. Dentro Incentivos al Comercio Exterior se encuentran el Fondo de Crecimiento Internacional para exportadores, el cual ayuda a desarrollar y crecer a las empresas, pues estas contribuyen al crecimiento de la economía de Nueva Zelanda. Asimismo, el

Fondo Australino-Neozelandés para la Biotecnología, así como el fondo de estrategia regional, fondo regional consecución de capital de concejo y asistencia, y el Fondo de Construcción de Capacidades.

La protección de los derechos de propiedad intelectual se ha reforzado mediante la modificación de la legislación en materia de marcas de fábrica o de comercio y derecho de autor, pero la aplicación en la esfera de las indicaciones geográficas se ha retrasado. Nueva Zelanda sigue sin ser parte en la mayoría de los tratados de la OMPI, aunque a raíz de la promulgación de nuevas leyes internas sobre protección de las marcas de fábrica o de comercio se espera que realice progresos para 2010 respecto de los correspondientes tratados.

8. ELEMENTOS COMUNES DE LAS PRÁCTICAS DE FOMENTO AL COMERCIO EXTERIOR Y LA INVERSIÓN EN LOS PAÍSES SELECCIONADOS:

El benchmarking realizado se resume en los siguientes puntos:

- Desarrollo de políticas de inserción internacional, donde la finalidad primordial es el fomento del comercio exterior, vinculando a su vez dicha promoción con los Acuerdos Comerciales internacionales y en su caso con los programas de cooperación empresarial suscritos a nivel internacional como es el caso de AL Invest.

- Creación de establecimientos y filiales de empresas regionales en el exterior para fortalecer su posición.

- Desarrollo de una política de captación de inversiones relacionada con los sectores económicos que se vinculan a los sectores donde se dirigen sus exportaciones, así como el establecimiento de metas a corto plazo sobre cuotas de crecimiento en la participación de los mercados destino.

- La realización continua de un análisis económico y de mercado en los países donde se realizan las exportaciones y donde se dirigen las inversiones con la finalidad de vislumbrar nuevas oportunidades de mercado.

ELEMENTOS COMUNES DE LAS MEJORES PRÁCTICAS POR PAÍS

A continuación se enumeran los aspectos principales de las políticas de promoción de exportaciones y atracción de inversión aplicadas por los países analizados.

Los elementos que se destacan a continuación deben ser analizados y valorados detenidamente a la hora de diseñar las políticas comerciales de Guatemala debiendo servir de referencia en el diseño posterior de los planes de acción.

Los aspectos que se enumeran a continuación han tratado de ser clasificados siguiendo los mismos criterios que en el benchmarking.

a. Elementos comunes de las Políticas/Organismos de Promoción de Exportaciones

- ***Organismo***
  - Las funciones de promoción de exportaciones no son competencia exclusiva de un único organismo Cooperación público-privada.
- ***Estructura***
  - Presencia mediante Oficinas Propias en los mercados claves
  - Presencia mediante Oficinas Regionales en las Zonas de Producción
- ***Estrategia***
  - Focalización en las PYME's
  - La Imagen–País es el elemento clave sobre el que se apalancan el resto de los objetivos de exportación.
  - Inquietud importante en la agregación de valor a sus exportaciones
  - Orientado principalmente a los sectores estratégicos pero sin abandonar el resto. Establecen programas de carácter vertical (sectores claves) y horizontales (todos los sectores).
- ***Programas, Acciones y Servicios***
  - Servicios de carácter gratuito o a precio de coste
  - Servicios principales: Capacitación, Divulgación y Promoción
  - Otros Servicios: Información Comercial y Asesoramiento

b. Elementos Comunes de las Políticas/Organismos de Atracción de la Atracción de Inversión

- ***Estrategia***
  - Mejora del Clima de Inversión del País
  - Focalizados en Sectores con Ventajas Competitivas o Comparativas
  - Igualdad de trato al inversor local y extranjero
- ***Programas, Acciones y Servicios*** - La atracción de inversión se basa en el diseño de incentivos de diversos tipos:
  - Incentivos Fiscales:
    - Reducción del impuesto de sociedades
    - Deducciones por Doble Imposición / Acuerdos Doble Imposición
    - Créditos Fiscales por actividades de I+D

- Incentivos Sectoriales
  - Apoyo financiero
  - Subvenciones

- Incentivos Regionales
  - Subvenciones por creación de empleo
  - Subvenciones por formación
  - Subvenciones por Actividades de I+D
  - Subvenciones de Capital

- Otros Incentivos
  - Reducción en los costes sociales
  - Exenciones temporales en el pago de impuestos de sociedades
  - Subvenciones en etapas de preinversión
  - Subvenciones a inversiones en activos fijos
  - Zonas Francas

RESUMEN DE LAS POLÍTICAS APLICADAS POR LOS PAÍSES ANALIZADOS

Por último presentamos un resumen de cada uno de los países analizados a lo largo del documento:

- ***España***

España es una de las principales potencias económicas mundiales. Gracias a los fuertes lazos económicos, históricos y culturales, España es una óptima plataforma para desarrollar negocios con Latinoamérica.

El crecimiento de la economía española en los últimos años ha sido fruto del gran crecimiento de la demanda así como de una fuerte expansión de la producción, todo ello en el actual contexto de globalización de la economía. El organismo encargado de las funciones correspondientes a la Promoción de Exportaciones y Captación de Inversión es el Instituto Español de Comercio Exterior, el cual presta sus servicios a las empresas españolas con la finalidad de impulsar y facilitar su proyección internacional.

Dicha Institución promueve el Proyecto ***"Aprendiendo a Exportar"***, cuyo principal objetivo es sensibilizar a las pymes sobre la necesidad de salir al exterior para crecer y ser más competitivas. Aprendiendo a Exportar es una de las medidas para fomentar la internacionalización de la empresa española, aumentando así la base exportadora.

Con la aplicación de este programa, se espera que las empresas se incorporen a programas de iniciación a la exportación siendo uno de estos el Programa de Iniciación a la Promoción Exterior (PIPE). Este, es un programa de reconocido éxito en la internacionalización de las pymes, el cual surge del acuerdo entre el ICEX y el Consejo Superior de las Cámaras de Comercio, con la colaboración de las Comunidades Autónomas y las cámaras de comercio. Su objeto es facilitar a las pequeñas y medianas empresas la salida a los mercados exteriores, combinando el asesoramiento personalizado en comercio exterior con el apoyo económico a las actividades de promoción exterior que realicen.

Por otro lado, España ha sido uno de los principales receptores mundiales de inversión directa en los últimos años. La Administración Estatal proporciona ayudas financieras y beneficios fiscales para actividades desarrolladas en determinados sectores considerados prioritarios por su potencial de crecimiento y su impacto en el conjunto de la economía nacional. Adicionalmente, las Comunidades Autónomas otorgan incentivos similares para la mayoría de estos sectores.

La promoción de la inversión extranjera se sustenta en los objetivos de la política comercial de la Unión Europea y en los objetivos nacionales en el caso de España, se consideran planes y programas específicos en la materia, creados en cada comunidad autónoma con la finalidad de facilitar el proceso de internacionalización.

El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio ha propuesto el ***Plan Made in Spain, Made by Spain***, el cual, conforma las políticas de internacionalización que constituyen la estrategia de España en la promoción de sus inversiones, del fortalecimiento de su imagen país y de una mayor participación de sus exportaciones.

Asimismo, la internacionalización de las empresas y concretamente el fomento al comercio exterior se ha caracterizado por la búsqueda de nuevos mercados, y al mismo tiempo por el desarrollo de nuevos productos y servicios no tradicionales en las exportaciones.

Otros aspectos que permiten seleccionar la promoción de ciertos sectores en el fomento de la inversión extranjera, son aquellos que han sido incluidos en los acuerdos comerciales vigentes o en proceso de negociación, con la finalidad de facilitar su inclusión en los países receptores donde se tienen dichos acuerdos.

Cabe mencionar que existe un gran potencial de crecimiento de las empresas españolas en el sector exterior, hecho que se muestra en la excesiva concentración geográfica de las exportaciones españolas, de las que casi tres cuartas partes tuvieron como destino países europeos en 2008.

Por lo anterior, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio está resuelto a impulsar la actividad comercial exterior mediante políticas que contribuyan a ampliar y diversificar la actividad exportadora.

- ***Colombia***

La economía colombiana es pequeña en términos internacionales y moderadamente abierta. Por ello, sus relaciones con el resto del mundo han sido de la mayor importancia para definir sus rasgos estructurales y su dinámica.

El reto del comercio exterior colombiano se encuentra en la diversificación de mercados, el cual consiste en la consolidación de los nuevos mercados y el fortalecimiento de la oferta exportable de productos con valor agregado o nuevos nichos de mercado en segmentos muy especializados.

Las entidades que pertenecen al sector de comercio exterior ejercen sus funciones de acuerdo con la política formulada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Una de las prioridades expresadas por dicho Ministerio, es la internacionalización de la economía, la cual está basada en los siguientes ejes de acción:

- Identificar nuevas e innovadoras iniciativas para que las exportaciones crezcan.
- Aumentar la proporción de exportaciones de valor agregado preferiblemente en sectores generadores de empleo.
- Aprovechar nuevos acuerdos comerciales y mercados de destinos.

Asimismo, desde los años 90´s Colombia ha implementado una estrategia de promoción de la inversión extranjera que contempla una serie de modificaciones normativas, incluida la Constitución misma, y la suscripción de diversos acuerdos que tienen por objeto su promoción y su protección. El resultado de estas acciones ha sido un incremento significativo de los capitales foráneos en el país.

Por consiguiente, las acciones para atraer la inversión extranjera deben dirigirse no sólo a garantizar la institucionalidad y la seguridad jurídica, sino también a la implementación de políticas públicas en materia de ciencia y tecnología por parte del gobierno y a la formación de capital humano.

Desde la década pasada, Colombia ha venido implementando reformas normativas y cambios institucionales con la finalidad de promover la entrada de capitales. El más reciente fue la inclusión de un capítulo que regula las inversiones extranjeras en el Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos.

Por otra parte, Colombia es el principal receptor de Inversión Extranjera Directa (IED) de la Comunidad Andina de Naciones. Para este organismo, el adecuado entorno empresarial, sumado a la permanencia de las empresas transnacionales en Colombia y a su intención de desarrollar nuevos proyectos, se ha convertido en la mejor promoción para el país.

En la actualidad, los países compiten por atraer la inversión extranjera, no sólo por la necesidad de contar con una fuente de financiamiento diversa a la tradicional, sino porque se considera que tiene el potencial de generar empleo, elevar la productividad, transferir conocimientos especializados y tecnología, aumentar las exportaciones y contribuir al desarrollo económico en el largo plazo.
Las funciones inherentes a la promoción del comercio exterior, las políticas de atracción de inversiones, las directrices de los institutos de apoyo para desarrollar estas funciones, son responsabilidad del Instituto de Promoción de las Exportaciones de Colombia – ***ProExport.***

Este organismo a su vez coordina proyectos y programas específicos de acuerdo a las actividades a desarrollar, siendo el caso de ***Invierta en Colombia*** enfocado a la inversión extranjera.

Las políticas de promoción de la inversión extranjera en Colombia, se realizan a nivel sectorial, la cual se basa en dos estrategias: "Más y mejor de lo bueno" y "Sectores nuevos y emergentes para alcanzar un crecimiento sostenido de la economía y el empleo."

Asimismo, ProExport Colombia coordina las funciones y los apoyos del ***Programa Público Expopyme***, mismo que se encarga de apoyar mediante asesoría, información y financiación a las Pymes colombianas que reúnen ciertos requisitos de operatividad, para posicionar exitosamente sus productos en los mercados extranjeros.

El sistema encargado de evaluar los resultados esperados en cada uno de los programas de ProExport y del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, así como dar el seguimiento de los objetivos anteriormente mencionados, y la evaluación periódica de los resultados, están a cargo del organismo público autónomo conocido como: Sistema de ***Gestión y Seguimiento a las Metas del Gobierno (SIGOB).***

- ***Costa Rica***

Costa Rica es uno de los pocos países latinoamericanos que ha expandido sus exportaciones de forma sostenida. Dicho éxito ha sido gracias a la atracción de nuevas empresas multinacionales (conocidas como EMNs), que se han convertido en los principales exportadores del país gracias a las políticas públicas de fomento de las exportaciones, la utilización de una política de atracción selectiva de inversión extranjera, el esfuerzo a largo

plazo por la estabilidad y la acumulación de capital humano y los cambios estructurales en la organización productiva de las propias EMNs.

El ***Gobierno de la República de Costa Rica*** visualiza la política de comercio exterior como parte integral de la política productiva y del Plan de Desarrollo del país en general. El objetivo central de esta política es consolidar una inserción inteligente de Costa Rica en la economía mundial, coherente con los objetivos de crecimiento económico y bienestar social planteados en la Política de Desarrollo del presente Gobierno.

Asimismo, la inversión extranjera directa (IED) es un importante generador de empleos y una fuente notable de recursos que complementan la inversión nacional.

Las funciones correspondientes a la Captación de Inversión así como a la Promoción de Exportaciones son ejecutadas por la Agencia de Promoción del Comercio Exterior de Costa Rica, ***PROCOMER.*** La función clave de PROCOMER es facilitar el desarrollo y fortalecer la capacidad exportadora costarricense. Los servicios están dirigidos especialmente a exportadores, potenciales exportadores, investigadores, inversionistas, estudiantes, instituciones nacionales e internacionales.

En los últimos 10 años, el incremento de la inversión extranjera directa (IED), así como el desarrollo de negocios entre suplidores nacionales y empresas exportadoras han contribuido al mejoramiento de las condiciones económicas y sociales del sector exportador.

Costa Rica busca la inserción internacional de su país, para ello propone la creación de empleos de calidad y bien remunerados, lograr un incremento sostenido de la productividad, incrementar la vinculación de los productores locales con el comercio exterior, mediante el fomento de los encadenamientos productivos e incrementar el valor agregado de sus exportaciones. Asimismo, propone implementar un plan de atracción de inversiones de alta calidad, defender la sostenibilidad ambiental del desarrollo económico y acelerar el crecimiento económico, entre otros.

- **Chile**

Chile es un país con un intenso proceso de integración, no sólo regional sino también a nivel mundial, que se ha materializado con la puesta en marcha de tratados con los conglomerados más grandes del mundo como los son la Unión Europea y EE.UU.

La apertura económica al mundo ha significado un importante aumento en las exportaciones. Chile cuenta con alianzas económicas que abarcan 3 continentes y más de 20 países con acuerdos de diferentes magnitudes.

Chile ha sido uno de los países pioneros en América Latina en desarrollar una política de apertura y desregulación económica. El desarrollo del comercio exterior y de la atracción de inversión extranjera constituye uno de los pilares de su política de internacionalización.

Asimismo, ha sido uno de los primeros países en América Latina en realizar una política de fomento a las exportaciones de los productos y servicios no tradicionales.

El Instituto encargado de las políticas de promoción de la Inversión Extranjera Directa es ***ProChile***, quien junto con el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo tienen la finalidad de apoyar y mejorar las exportaciones, la atracción de inversiones en los sectores económicos prioritarios del país, especialmente las exportaciones no tradicionales y los sectores que se caracterizan por el empleo de investigación y desarrollo, como es el caso de algunas ramas de servicios principalmente.

ProChile, convoca, organiza y coordina la participación del sector exportador chileno en diversas actividades anualmente, entre las que destacan:

- Acciones de promoción comercial
- Información comercial
- Asesoría Técnica

La política de fomento a las inversiones y la promoción del comercio exterior chilena está basada en una Red mundial (ProChile en el mundo) y una red nacional (Prochile en regiones).

El crecimiento y la consolidación de la Economía Chilena, representa uno de los mayores incentivos para a Inversión Extranjera, los que han tomado lugar gracias a un trabajo de estabilidad política y social, normas claras y transparentes, un sector privado innovador y dinámico y una mano de obra capacitada y productiva.

La apertura de Chile a los capitales extranjeros le ha permitido alcanzar niveles de desarrollo y ser así un país con una economía fuerte y competitiva.

- **Irlanda**

La pequeña República de Irlanda ha experimentado un fuerte crecimiento económico desde su ingreso en la Comunidad Económica Europea. Además cuenta con una relación privilegiada con los Estados Unidos de América, que sumado a su magnífica ubicación, impuestos bajos, formación de las personas, idioma, tuvo un proceso de implantación de multinacionales.

Las políticas públicas de fomento a la inversión y al comercio exterior en Irlanda son funciones de Enterprise-Ireland, que es la Agencia del Gobierno de Irlanda responsable del desarrollo y promoción de las empresas nacionales. Ya que ofrece a los inversores exteriores una tasa del impuesto de sociedades del 10%, a lo que se une a las bjas cargas sociales existentes en el país.

Dispone de una amplia especialización en sectores dinámicos con gran valor añadido como:

- Farmacia.
- Informática.
- Telecomunicación.
- Biotecnología.

El objetivo de la misma es lograr la inserción internacional de las empresas irlandesas, mediante el fomento y apoyo de sus proyectos, con la finalidad de que puedan fortalecer su posición a niveles de clase mundial en el entorno competitivo global.

Al tratarse de una economía muy abierta, la recuperación económica se espera se realice mediante un incremento en sus exportaciones y con ello, conforme los mercados vayan recuperándose se recuperara toda la economía. Irlanda promueve el libre comercio y la integración monetaria, ya que por sus características geográficas solo puede desarrollarse mediante el comercio exterior, es por ello que actualmente es una de las economías más abiertas del mundo.

- ***México***

México es la segunda potencia comercial mundial más grande de América Latina, y cuarta economía en tamaño de toda América después de la de los Estados Unidos, Brasil y Canadá.

Es un país con una economía orientada a las exportaciones en donde más del 90% del comercio mexicano se encuentra regulado en tratados de libre comercio (TLC) con más de 40 países, incluyendo a la Unión Europea, y varios países de la América Central y la América del Sur.

La cultura de internacionalización en México surge desde la década de los años ochenta. El fomento de las exportaciones no petroleras y la atracción de inversión extranjera, se promueve mediante el ingreso de México al entonces Acuerdo General de Aranceles y Comercio GATT en 1986 y al conjunto de acuerdos comerciales internacionales con países de similares niveles de desarrollo económico y con países o regiones consideradas de primer mundo. Desde entonces, la prioridad de la política económica exterior de México ha sido la promoción de las exportaciones no petroleras y la atracción de inversiones en sectores clave como es el caso de la industria automotriz, maquiladora, otras ramas de la industria manufacturera, el sector financiero, de telecomunicaciones y servicios profesionales en el caso del sector servicios.

La Institución del Gobierno Federal que se encarga de promover e instrumentar las políticas y programas orientados a generar empleo, fomentar la competitividad y las inversiones productivas, es la ***Secretaría de Economía.***

Asimismo, existen otras instituciones públicas y privadas que contribuyen con sus funciones a la inserción internacional del país, mediante el fomento de las exportaciones y atracción de inversión extranjera. Entre los organismos públicos destacan:

- El Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext),
- ProMéxico (Organismo público promotor del comercio exterior y de la inversión extranjera en México)

Bancomext es una institución banca desarrollo, cuyo objetivo consiste en financiar y promover el comercio exterior de México.

ProMéxico es el Organismo del Gobierno Federal encargado de coordinar las estrategias dirigidas al fortalecimiento de la participación de México en la economía internacional; apoyando el proceso exportador de empresas establecidas en nuestro país y coordinando acciones encaminadas a la atracción de inversión extranjera.

Esta última, ofrece una serie de servicios dirigidos a exportadores, inversionistas e instituciones de apoyo.

El objetivo actual de la Secretaría de Economía, es dar un impulso renovado a la Agenda de Competitividad para

convertir a México en un imán de inversión en el mundo."

Uno de los retos más importantes para la economía mexicana durante este año es consolidar la recuperación en la producción y el empleo. Para apuntalar este proceso es fundamental lograr un mejor posicionamiento de los productos mexicanos en los mercados internacionales y atraer mayores flujos de inversión extranjera al país.

La coyuntura económica internacional, así como los avances en el mejoramiento del ambiente de negocios, brindan importantes ventajas competitivas a México como destino de inversiones.
Por otro lado, la ubicación geográfica del país y el lanzamiento del TLCAN son una excelente plataforma para vender desde México al mercado más grande del mundo.

- **Nueva Zelanda**

Nueva Zelanda ocupa la vigésima posición mundial en cuanto al Producto Interior Bruto. El objetivo del gobierno es tener una economía dinámico e internacionalmente competitiva que aumente la prosperidad de los ciudadanos, para ello tiene programas bien definidos para ayudar a todos aquellos que producen. Dispone de programas muy bien definidos para facilitar las operaciones de exportación, realizando una gestión eficaz para quien nunca ha realizado una exportación sea pequeña, mediana o gran empresa.

Nueva Zelanda cuenta con una economía desarrollada y de libre comercio. Se caracteriza por contar con una economía abierta y con una baja intervención política. Sin embargo el Estado cuenta con cierta influencia en la economía mediante los monopolios de comercialización de algunos productos como los kiwis y los lácteos. Dispone de diversos acuerdos de libre mercado internacional, siendo Australia y Singapur los principales, pero cada día se van incorporando más países.

El comercio exterior es uno de los pilares más relevantes para la economía del país, en comparación a su mercado interno que es de una dimensión muy pequeña. Las exportaciones en Nueva Zelanda están controladas en su mayoría por las asociaciones gremiales que establecen los precios mínimos, y determinan los embarques así como la comercialización de los productos.

Los mercados se encuentran muy concentrados, lo que ha provocado que existan muy pocas empresas grandes, dispone de muy pocos sectores y relativamente escasa rentabilidad de las mismas hace que la productividad sea baja ocasionando muy pocas economías de escala o de especialización. Los sectores son intensivos en capital y los beneficios por unidad de capital son aceptables. Sin embargo, los costes operativos son altos, incluyendo los costes sociales y de seguridad social de los empleados.

Para propiciar la inserción en los mercados internacionales, dispone de cuatro etapas:

- Preparándose para exportar.
- Desarrollar conocimiento y experiencia.
- Participación en redes empresariales internacionales.
- Explorar mercados de exportación.

La estrategia del Ministerio, destacan las políticas de fomento a la internacionalización de empresas locales, mediante la identificación de sus necesidades y el desarrollo de sus capacidades.

Las principales líneas de actuación van dirigidas a elevar la demanda de los productos y servicios de las firmas de Nueva Zelanda así como la de mejorar la capacidad gerencial de los proveedores y sus servicios de abastecimiento para tener un impacto positivo en las firmas locales.

CONCLUSIONES DEL BENCHMARKING DEL MARCO LEGAL EN MATERIA JURÍDICA Y FISCAL

- La Comunidad Europea mantiene relaciones comerciales bilaterales con Guatemala y actualmente está suscrito el Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y Centroamérica.
- A diferencia de los países latinoamericanos analizados, España, Irlanda y Nueva Zelanda fundamentan sus incentivos en el desarrollo de las empresas locales, el capital humano y la investigación y desarrollo en áreas especificas como por ejemplo, la tecnología.
- Por otro lado, los países mencionados han firmado acuerdos bilaterales con el objetivo de evitar la doble tributación con un gran número de naciones, al objeto de ofertar beneficios a las empresas extranjeras.
- Guatemala debe perfeccionar su oferta en materia fiscal, iniciando las negociaciones de acuerdos similares, con el objeto de definir algún tipo de incentivo, que aporte a las empresas extranjeras argumentos para definir el lugar más adecuado para tributar, en su país de origen, o en nuestro país.
- Es importante recalcar que éstos países al igual que las naciones latinoamericanas objeto de estudio, disponen de todo un marco legal y normativo para el registro de las inversiones extranjeras, la defensa de

la competencia y la propiedad intelectual. Estas son áreas grises, en las que Guatemala, ha de esforzarse por aplicar la regulación existente, o aprobar regulaciones pertinentes.

- La legislación europea es proteccionista en el sector de la agroindustria, debido a los subsidios otorgados a los productores locales. Esto coloca en desventaja a Guatemala, que no puede competir en mercados europeos donde existen estas medidas, como por ejemplo el sector lácteo.

- Guatemala, al igual que el resto de países centroamericanos, debería emular el marco regulatorio comunitario, en el sentido, que, las políticas sectoriales, agropecuarios, de comercio, etc. son las mismas para todos los países, y éstos las respetan, una vez se han establecido.

- Una ventaja competitiva de España e Irlanda radica en las Zonas de Régimen Especial, las cuales permiten la producción y exportación de bienes, pero además con el valor añadido de que Europa, cuenta con recurso humano calificada.

- Respecto a los incentivos de Nueva Zelanda, uno de los mayores atractivos de IED de este país, se materializa en la facilidad de abrir empresas y de hacer negocios: Nueva Zelanda no ofrece ningún incentivo fiscal. Ahora bien, la inversión extranjera directa en el país, es sumamente significativa, en comparación con Guatemala.

IDENTIFICACION DE BRECHAS ENTRE GUATEMALA Y LAS MEJORES PRÁCTICAS ENCONTRADAS CON LOS PAISES ANALIZADOS

TEMA	GUATEMALA	MEJORES PRÁCTICAS ENCONTRADAS	ACCIÓN RECOMENDADA
MARCO POLITICO DEL COMERCIO EXTERIOR E INVERISION EXTRANJERA	La Constitución política da herramientas para poder desarrollar e implementar una política comercial moderna. La Constitución garantiza el derecho de propiedad y de libre industria y comercio. La misma constitución da las bases para fortalecer la integración centroamericana. Los roles del ministerio de economía quedan definidos en la ley del organismo ejecutivo.	Dentro de los países latinoamericanos estudiados, existen políticas comerciales y de inversión fundamentadas sobre bases legales que constituyen los mecanismos de acción. En los países analizados hay un compromiso de apoyo por parte de las autoridades centrales de dar apoyos financieros, establecer recursos humanos y crear legislación necesaria para impulsar el comercio exterior y la inversión extranjera, en virtud que se ha reconocido que generan fuentes de trabajo. En los países desarrollados objeto de estudio predomina el Estado de Derecho.	Establecer programas fundamentados en los marcos legales con el fin de definir las políticas comerciales del país. Compromiso de autoridades, partidos políticos y entidades descentralizadas y autónomas de apoyar políticas de atracción de inversión y de comercio exterior que trasciendas periodos gubernamentales, con el fin de establecer consistencia y evitar la vulnerabilidad debido a la discrecionalidad que surge debido al sistema actual en temas de comercio e inversión extranjera. Evitar la dependencia de recursos obtenidos a través de cooperación extranjera o préstamos, con el fin de establecer instancias que debiesen ser parte fundamental del estado.

ACTORES RESPONSABLES DE LA POLITICA COMERCIAL Y DE INVERSION EXTRANJERA	Existen diversos actores tanto fuera como dentro del Ministerio de Economía que promueven la política de comercio e inversión. Se pretende aglutinar bajo la sombrilla del Conapex a la mayoría de organismos públicos y privados, sin embargo es complejo integrar a más de 22 miembros y consolidar una sola propuesta de comercio, máximo si está constituido por dos sectores diferentes con intereses diferentes. Existe también una discrepancia entre los organismos creados por acuerdos gubernativos como Pronacom e Invest in Guatemala, que realizan actividades, que están contempladas bajo las funciones de los vice ministerios de inversión y competencia, y el de integración y comercio exterior. Por lo que se conoce del medio, los actores no están claramente de acuerdo con las propuestas actuales, y a la fecha no existe una política definida que describa una ruta crítica a seguir. No se cuenta con apoyo por parte de organizaciones en materia de incentivos deducibles, sino únicamente fiscales en cuanto a las exportaciones.	Los países analizados cuentan con instituciones públicas y privadas para la promoción de inversiones y el comercio exterior. Las instituciones públicas tienen claramente definidas sus funciones, y las agencias de promoción de inversiones han sido creadas por leyes y reportan en su mayoría a los ministerios o secretaría de comercio exterior. Ningún país analizado toma en cuenta al sector privado como miembro de las instituciones públicas dedicadas a la promoción del comercio o la inversión extranjera. Las agencias de promoción son objeto de mediciones constantes por organismos internacionales, por medio de los cuales se establecen los indicadores de desempeño y se evalúan las acciones llevadas a cabo. Existen incentivos de tercera generación, en los países latinoamericanos que han acoplado su marco legal a la reglamentación de OMC para el 2015.	Definir claramente los actores responsables que deberán intervenir en la formulación y ejecución de la política de comercio exterior y de atracción de inversiones. Establecer la institucionalidad que responda al marco legal donde se definan los actores involucrados en la ejecución de la política comercial y de IED. Es de gran importancia centrar la política empresarial en la promoción de la competitividad y en la capacidad de innovación de todas las empresas, mediante el establecimiento de un entorno empresarial dinámico.

MARCO JURIDICO Y FISCAL DEL COMERCIO EXTRERIOR E INVERSION EXTRANJERA	Se cuenta con una ley de Inversión Extranjera del año 1998. Existen tres leyes que subvencionan las exportaciones que son la Ley de Zonas Francas, la Ley de Zolic, y la Ley al Fomento de la actividad exportadora y de maquila. En materia de inversión extranjera, no existe un registro de inversiones extranjeras ya que las empresas deben conformar sociedades locales para operar. No hay incentivos administrativos deducibles de impuestos, tales como incentivo por capacitación, por investigación y desarrollo, por desarrollo de infraestructura, etc. No se cuenta con una ley de estabilidad jurídica ni tributaria, ni una ley de competencia. Al igual que el resto de países analizados, se ha establecido como política en Guatemala la apertura de mercados y la negociación de acuerdos de comercio con otros países.	Los países tienen definidos sus leyes de inversión extranjera y la mayoría requiere que las empresas hagan sus trámites y se registren. Existe la viabilidad de realizar tramites vía internet. Colombia y Chile tienen contratos de estabilidad jurídica y financiera, para hacer atractivas y seguras las inversiones. Los sectores mineros y de hidrocarburos representan un gran porcentaje de las IED en Latinoamérica, La agilidad en la tramitología y la mano de obra calificada en países como Irlanda, España y Nueva Zelanda hacen atractiva la apertura de empresas extranjeras, no obstante que no tienen incentivos fiscales sino apoyo a la investigación, formación de capital humano. Los países han firmado múltiples acuerdos comerciales y bilaterales de doble tributación. Las páginas web de las agencias de inversión publican datos de las diferentes agencias de promoción ubicadas en mercados estratégicos y exponen claramente, las regulaciones para inversionistas extranjeros.	Acoplar el marco jurídico para del comercio exterior para que responda a las directrices de OMC del 2015, eliminando las subvenciones a las exportaciones. Definir zonas de económicas especiales, fondos estructurales de apoyo a los inversionistas o exportadores y acoplar la legislación a las líneas directrices de la OCDE. Definir nuevos incentivos orientados a la inversión en infraestructura, capacitación, innovación tecnológica. Se pueden aprobar incentivos de naturaleza administrativa, fiscal y de inversión. Aprobar iniciativa de ley que autoriza los contratos de estabilidad jurídica. Publicación de ley de Alianzas Para el Desarrollo y su reglamento. Modificar reglamento de Firma Electrónica con el fin de contar con instancias de registro y de esta forma propiciar las ventanillas agiles, simplificación de trámites y el gobierno electrónico. Se deben mejorar la gestión para la recuperación del IVA y volverlo más competitivo de cara a los países analizados.

RELACIONES COMERCIALES INTERNACIONALES	Al igual que el resto de países analizados, se ha establecido como política en Guatemala la apertura de mercados y la negociación de acuerdos de comercio con otros países. Existe un ente especializado dentro del Ministerio de Economía, DACE, que es el responsable de darle seguimiento a los acuerdos comerciales, sin embargo, el país carece de una verdadera promoción de cara a los exportadores en las que se les de a conocer los beneficios y los posibles nuevos mercados. Guatemala es miembro del Mercado Común Centroamericano por lo que debe continuar impulsando la conformación de una verdadera zona de libre comercio centroamericano. Se cuentan con tratados bilaterales de inversión, pero no con convenios que evitan la doble tributación. Guatemala tiene un régimen severo para que personas extranjeras que laboren en el país facturen por sus servicios profesionales.	Los países han firmado múltiples acuerdos comerciales y bilaterales de doble tributación. Las páginas web de las agencias de inversión publican datos de las diferentes agencias de promoción ubicadas en mercados estratégicos y exponen claramente, las regulaciones para inversionistas extranjeros. La mayoría de los países analizados tienen convenios bilaterales con una gran cantidad de países para evitar la doble tributación, y de esta forma incentiva la inversión extranjera. Permiten el mercado laboral flexible y la facturación por parte de empleados temporales, de manera que no sea un peso fiscal sobre los ingresos del trabajador.	Dar seguimiento a los acuerdos comerciales suscritos. Debido a la importancia del comercio en la región centroamericana, estos países deben continuar haciendo esfuerzos para mejorar la eficiencia al acceso de mercancías, la libre circulación de personas y la simplificación de los trámites aduaneros y de migración entre ellos. Apoyar a los exportadores a aprovechar dichos acuerdos a través del fortalecimiento de las empresas, la I & D, la capacitación de la fuerza laboral, fortalecimiento de las cadenas productivas. Identificar un registro de barreras al comercio con el objeto de darle seguimiento y presentar las demandas correspondientes ante OMC. Crear páginas web atractivas que permitan a los inversionistas y/o compradores de bienes y servicios, conocer sobre la inversión o la oferta exportable de Guatemala en forma fácil clara. Se requiere del establecimiento de convenios que eviten la doble tributación, con el fin de agilizar el intercambio de profesionales. En cuanto al ejercicio profesional, Guatemala debe buscar mecanismos legales que exijan el título nacional para poder ejercer, a aquellas profesiones que legalmente lo requieran, como por ejemplo derecho. Esto permitiría que jóvenes que han sido formados en el exterior, con apoyo de becas, regresen al país a ejercer, y se les reconozca como profesionales autorizados. Para ello, las universidades pueden avalar las competencias adquiridas durante el estudio de una carrera, y no exclusivamente los títulos, y menos que el reconocimiento está únicamente en manos de la universidad estatal

Anexos

ANEXO 1 – FUENTES CONSULTADAS

a. Comercio Exterior e Inversión Extranjera de Chile: www.foreigninvestment.cl y www.cinver.cl.
b. Corporación Financiera de Chile. www.corfo.cl
c. Dirección de impuestos y Aduanas Nacionales módulo de servicios - trámites - comercio exterior - http://www.dian.gov.co/.
d. Doing Business& Investing in Ireland 2006. Pricewaterhouse Coopers. www.pwcglobal.com.
e. Gobierno de Chile. www.gobiernodechile.cl/...2010/.../programacion-2010-2014.
f. Guía de negocios en España. Ayudas e incentivos a la inversión en España. www.investinspain.org
g. Guía sobre el IVA o VAT Guide. Hacienda Irlandesa o Revenue Commissioners. www.revenue.ie
h. Secretaría de Economía: www.economia.gob.mx/swb/swb/
i. Sistema de Información del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras de México: www.si-rnie.economia.gob.mx/home.htm
j. Organización Mundial de Comercio. Exámenes de las políticas y prácticas comerciales de los países. www.wto.org/spanish
k. Oficinas Comerciales de España. www.oficinascomerciales.es
l. Oficina Económica y Comercial de España en Santiago de Chile Idioma: Español. Lugar edición: Chile. Año edición: 2010
m. Portal Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - http://www.mincomercio.gov.co/.
n. Portal PROEXPORT módulo invierta en Colombia - http://www.proexport.com.co/.
o. Starting a Business in Ireland: www.startingabusinessinireland.com
p. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España. Sitio web del Ministerio encargado de la política del Gobierno en materia de desarrollo e innovación industrial, comercio, energía, turismo. www.mityc.es

ANEXO 2 – RESUMEN DE BRECHAS

País modelo	Mejores prácticas	Prácticas actuales Guatemala
Colombia	• El reto de comercio exterior colombiano apuesta por productos con valor agregado o nuevos nichos de mercado (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo). • Acciones para atraer la inversión extranjera: garantizar la institucionalidad y la seguridad jurídica, implementación de políticas públicas en materia de ciencia y tecnología y a la formación de capital humano. • Instituto de Promoción de las Exportaciones de Colombia – ProExport. • Programa Invierta en Colombia, enfocado a la inversión extranjera. • Programa Público Expopyme, asesoría, información y financiación a las Pymes colombianas. • Para evaluar los resultados el gobierno instituyo el Sistema de Gestión y Seguimiento a las Metas del Gobierno (SIGOB).	• Tratado de Libre Comercio entre Guatemala y Colombia: el 53% del universo arancelario ingresa con cero arancel en ambas naciones. • Para el resto de las líneas arancelarias, la desgravación es parcial entre cinco y quince años. • Oficinas de promoción de comercio y atracción de inversiones: • PROEXPORT • Cámara de Comercio Guatemalteco-Colombiana • Acuerdo de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones (APPRI) entre Colombia y los países del triángulo norte: Guatemala, El Salvador y Honduras. • Oportunidades de atracción de inversión extranjera directa colombiana: Hule y Látex, Confitería, Jugos y Bebidas, Conservas, Textil, Manufacturas de Plástico y Servicios.

País modelo	Mejores prácticas	Prácticas actuales Guatemala
Costa Rica	• Atracción de nuevas empresas multinacionales (conocidas como EMNs), que se han convertido en los principales exportadores del país gracias a las políticas públicas de fomento de las exportaciones. • El Gobierno de las República de Costa Rica visualiza la política de comercio exterior como parte integral de la política productiva y del Plan de Desarrollo del país en general. • La Inversión Extranjera Directa (IED) es una fuente notable de recursos que complementan la inversión nacional. • PROCOMER: Agencia de Promoción de Comercio Exterior encargada de la Captación de Inversión asi como a la promoción de exportaciones.	• PROCOMER: Institucionalidad en Guatemala para la atracción de inversión. • Importante dinámica de exportación y de comercio entre ambos países. • Dos Pinos: Cuenta con más de 15 años de presencia en el mercado guatemalteco y es líder en ventas en la categoría de leche de larga duración. • Oportunidades de atracción de IED de Costa Rica: Madera, muebles y derivados; telas, hilos y accesorios; materiales de construcción y energía eléctrica.

País modelo	Mejores prácticas	Prácticas actuales Guatemala
México	• Economía orientada a las exportaciones, más del 90% del comercio mexicano se encuentra regulado en los tratados de libre comercio (TLC) con más de 40 países. • Secretaría de Economía: Institución del Gobierno Federal, promueve e instrumenta las políticas y programas orientados a generar empleo, fomenta la competitividad y las inversiones productivas. • Bancomex: Institución de banca de desarrollo, financia y promueve el comercio exterior de México. • ProMéxico: Organismo del Gobierno Federal, fortalece la participación de México en la economía internacional; apoya el proceso exportador de empresas establecidas en el país y coordina acciones encaminadas a la atracción de inversión extranjera.	• Oficinas de promoción de comercio y de atracción de inversión y turismo: • ProMéxico • Cámara de Comercio Guatemalteco-Mexicana. • Tratado de Libre Comercio entre Guatemala y México. • Mejor acceso para productos excluidos de los beneficios arancelarios en el TLC con México: azúcar, café, banano, manufacturas de tabaco y atún. • Oportunidades de atracción de IED mexicana: confitería; Jugos y Bebidas; Conservas; Hule y Látex; Ind. Sec. De Madera, Textil, Plásticos y sus Manufacturas; Material de Construcción; Servicios Logísticos; Explotación de Oro; Infraestructura y Turismo.

País modelo	Mejores prácticas	Prácticas actuales Guatemala
Chile	• El desarrollo del comercio exterior y de la atracción de inversión extranjera constituye uno de los pilares de la política de internacionalización del país. • Realiza una política de fomento a las exportaciones de los productos y servicios no tradicionales. • ProChile: Instituto que apoya y mejora las exportaciones, la tracción de inversiones en los sectores económicos prioritarios del país, especialmente las exportaciones no tradicionales y los sectores que se caracterizan por el empleo de investigación y desarrollo. • Política de fomento a las inversiones y la promoción del comercio exterior chilena basada en una Red Mundial (ProChile en el mundo) y una red nacional (ProChile en regiones).	• Tratado de Libre Comercio entre Chile y Guatemala: • Productos guatemaltecos con acceso inmediato al mercado chileno (cero arancel): café, banano y arvejas frescas; ron, aceite en bruto de palma; medicamentos; petróleo y propano. • Productos chilenos con acceso al mercado guatemalteco: salmón congelado, uvas frescas, salas para pizza, vino, nitrato de potasio, etc.

País modelo	Mejores prácticas	Prácticas actuales Guatemala
España	• Proyecto: Aprendiendo a Exportar (PyMEs), promueve el Insituto Español de Comercio Exterior. • Programa de Iniciación a la Promoción Exterior (PIPE): Dirigido a PyMEs, surge del acuerdo entre el ICEX y el Consejo Superior de las Cámaras de Comercio, con la colaboración de las Comunidades Autónomas y las cámaras de comercio. • Búsqueda de nuevos mercados, y al mismo tiempo por el desarrollo de nuevos productos y servicios no tradicionales en las exportaciones.	• Existen al menos 41 compañías de capital español registradas en la oficina comercial de España en Guatemala. • Oficinas de promoción de comercio y de atracción de inversión en Guatemala: • Oficina Comercial de España • CAMACOES: Cámara Oficial Española de Comercio • Acuerdo de Protección Recíproca de las Inversiones (APPRI): Proporciona a los inversionistas guatemaltecos y españoles la seguridad que sus inversiones serán respetadas y no discriminadas frente a las inversiones de nacionales y de terceros países.

País modelo	Mejores prácticas	Prácticas actuales Guatemala
Irlanda	• Las políticas públicas de fomento a la inversión y al comercio exterior en Irlanda son funciones de Enterprise-Ireland. • Objetivo: lograr la inserción internacional de las empresas irlandesas, mediante el fomento y apoyo de sus proyectos, con la finalidad de que puedan fortalecer su posición a niveles de clase mundial en el entrono competitivo global. • Recuperación económica mediante un incremento en sus exportaciones. • El país promueve el libre comercio y la integración monetaria.	• Acuerdo Estratégico y de Libre Comercio entre los países centroamericanos y los países de la Unión Europea. • Principales productos beneficiados con una reducción significativa del arancel aplicado: • Banano • Carne de res • Arroz • Azúcar • Leche en polvo • Quesos maduros
Nueva Zelanda	• Economía desarrollada y de libre comercio. • Programas bien definidos para facilitar las operaciones de exportación. • Comercio exterior relevante para la economía del país: • Exportaciones controladas en su mayoría por asociaciones gremiales que establecen los precios mínimos, y determinan los embarques así como la comercialización de los productos. • Políticas de fomentos a la internacionalización de empresas locales.	• Facilidad para a la apertura de negocios. • Guatemala debe perfeccionar su oferta en materia fiscal, iniciando las negociaciones de acuerdos similares, con el objeto de definir algún tipo de incentivo, que aporte a las empresas extranjeras argumentos para definir el lugar más adecuado para tributar, en su país de origen, o en Nueva Zelanda.

FOGUAMI

FORTALECIMIENTO DE LA POSICIÓN DE GUATEMALA
EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES

www.foguami.gob.gt