

**COMUNIDAD  
ANDINA**

SECRETARÍA GENERAL



**DOCUMENTOS DE TRABAJO**

SG/RT.EAPI/dt 4  
1 de diciembre de 2003  
3.31.41

---

REUNIÓN DE TRABAJO PARA LA DISCUSIÓN DE UNA  
ESTRATEGIA ANDINA DE PROMOCIÓN DE INVERSIONES  
4-5 de diciembre de 2003  
Lima - Perú

## ESTRATEGIA ANDINA DE PROMOCIÓN DE INVERSIONES \*/

---

\*/ DOCUMENTO PREPARADO POR LA CONFERENCIA DE LAS NACIONES UNIDAS SOBRE  
COMERCIO Y DESARROLLO. - GINEBRA, DICIEMBRE DE 2003.

**Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo**

**Estrategia Andina de Promoción de Inversiones**

*Papel de trabajo  
Lima, 4-5 diciembre 2003*

**NACIONES UNIDAS**



**Ginebra, diciembre de 2003**

## ÍNDICE

A.	Cooperación regional para la promoción de inversiones .....	4
B.	Trazado de la estrategia .....	6
C.	Tendencias de la IED en la Región Andina .....	10
D.	Resultados de la encuesta .....	14
E.	Conclusiones .....	22
	Anexos.....	25

### **Tablas**

Tabla 1.	Flujos de IED hacia grupos regionales seleccionados, 1991-2002 .....	11
Tabla 2.	Principales industrias y productos de exportación en los países andinos .....	12
Tabla 3.	Análisis FODA de la Región Andina como destino de inversión .....	15

### **Gráficos**

Gráfico 1.	Propuesta de promoción regional de inversiones en la CAN .....	9
Gráfico 2.	Flujos anuales de IED hacia los países andinos, 1993-2002 .....	10
Gráfico 3.	Flujos de IED hacia la CAN por país de origen, 1993 – 2002 .....	12
Gráfico 4.	Flujos de IED hacia la CAN por sector, 1993-2003 .....	13
Gráfico 5.	Integración de filiales extranjeras de la Corporación Toyota Motor en la ASEAN, 2000 .....	14
Gráfico 6.	Razones que condujeron a su empresa a invertir en la Región Andina: prioridades iniciales .....	16
Gráfico 7.	Prioridades de inversión actuales de las ETN radicadas en la CAN .....	16
Gráfico 8.	Planes de expansión y reinversión de las ETN en la Región Andina .....	17
Gráfico 9.	Sectores con potencial de promoción conjunta .....	18
Gráfico 10.	Percepciones de las API sobre la importancia de proyectar una mejor imagen de la CAN .....	19
Gráfico 11.	Actividades de promoción regional de inversiones .....	20
Gráfico 12.	Prioridades en la difusión de información a nivel regional .....	20
Gráfico 13.	Mejora del clima de negocios .....	21
Gráfico 14.	¿Ha recibido alguna vez asistencia por parte de una API? .....	22

## **PREFACIO**

El Servicio de Consultoría en Inversiones y Adiestramiento de la UNCTAD (ASIT, por sus siglas en inglés) presta apoyo a los países en desarrollo en el área de evaluación y diseño de sus políticas y estrategias para garantizar los beneficios producidos por la inversión extranjera directa.

La Secretaría de la Comunidad Andina de Naciones solicitó la asistencia del ASIT en la realización de un estudio de factibilidad para poner en práctica un programa regional de promoción de inversiones. Este informe esboza una estrategia de cooperación regional en promoción de inversiones y resume los resultados de talleres regionales, así como de una encuesta hecha a inversionistas e instituciones nacionales radicadas en la subregión andina.

La elaboración del presente informe estuvo bajo la supervisión de Nazha Benabbes Taarji y Khalil Hamdani. Natalia Guerra coordinó el proyecto. El personal de la UNCTAD que participó en el mismo estuvo conformado por Kiyoshi Adachi, Fiorina Mugione, Vladimir Pankov, Víctor Pérez Centeno, y Paul Wessendorp. Luis Soto condujo las encuestas a organismos nacionales y empresas transnacionales. La asistencia en la investigación estuvo a cargo de Andrei Dimitrichev, Tamara Guerrero y Rosen Marinov.

El proyecto fue financiado por el Gobierno de Suiza, bajo el mecanismo conocido como Programa de Respuesta Rápida (*Quick Response Window*).

Ginebra, diciembre de 2003

## A. Cooperación regional para la promoción de inversiones

La Comunidad Andina de Naciones (CAN) ha arribado a sus 34 años de existencia, constituyendo la iniciativa de integración más antigua de Latinoamérica. Desde el punto de vista institucional, destaca como el esquema de este tipo de mayor desarrollo en la región. La Comunidad Andina ha logrado un importante progreso económico durante los 34 años recorridos: su población casi se ha triplicado, su producto interno bruto (PIB) ha aumentado 10 veces, en tanto que su comercio intra-regional ha crecido más de 50 veces. La CAN ha adoptado el modelo de la Unión Europea en cuanto a una integración económica regional total, aplicando políticas comunes en el área comercial, de inversiones, tecnológica, competitividad y de servicios. Sin embargo, sus esfuerzos se han concentrado en la liberalización del comercio. El Secretario General actual de la CAN ha expresado muy acertadamente la necesidad de redirigir el enfoque de la política regional: “tenemos que poner fin a la obsesión del arancel y avanzar hacia políticas de segunda generación que profundicen la integración”<sup>1</sup>.

En lo relativo a sus políticas de inversión, la CAN ha introducido un régimen común de inversiones que comenzó prohibiendo la inversión extranjera directa (IED) en sectores fundamentales, para evolucionar hasta llegar a su liberalización. Los principios adoptados en las Decisiones 291 y 292, de 1991, garantizan un tratamiento igualitario y no discriminatorio a los inversionistas extranjeros, otorgándole a los países miembros la libertad de definir sus políticas de inversión en las respectivas legislaciones nacionales<sup>2</sup>. Siendo el caso que los marcos legales nacionales adoptados por los países miembros favorecen el establecimiento de inversionistas extranjeros en sus economías. Así pues, ante un clima de políticas favorables, entra en juego la aplicación de medidas pro activas, entre las cuales se encuentran la promoción de inversiones y la facilitación de las actividades empresariales.

Entre las medidas pro activas adoptadas por los países para la promoción de inversiones se encuentra la mejora de los determinantes económicos dinámicos de los países anfitriones y un proceso de facilitación de negocios competitivo a nivel internacional. Los programas de promoción de inversiones más activos apuntan a aquellos negocios acordes con la estrategia general de desarrollo del país. Las agencias de promoción de inversiones (API) en países exitosos han tenido una marcada influencia sobre sus políticas (a fin de planificar en función de necesidades específicas a la inversión, como es el caso de la mano de obra calificada y la infraestructura), han participado en importantes actividades de promoción de IED

<sup>1</sup> Fernández de Soto, Guillermo: "La Comunidad Andina: Políticas de segunda generación para confrontar los retos regionales". <http://www.comunidadandina.org/prensa/articulos/larazon21-3-03.htm>

<sup>2</sup> La Decisión 291: “Régimen Común de tratamiento a los capitales extranjeros y sobre marcas, patentes, licencias y regalías”, sancionado el marzo de 1991 contiene las definiciones de inversión extranjera directa y clasifica a los inversionistas y empresas como nacionales, mixtas y extranjeras. La Decisión 292: aprobada en marzo de 1991, norma el caso de las empresas multinacionales andinas-EMA- que se definen como aquellas en las cuales al menos el 60% del capital social pertenece a inversionistas de dos o más Países Miembros. A estas empresas se les otorga trato nacional en materia de compras públicas de bienes y servicios; el derecho a la remisión en divisas libremente convertibles de la totalidad de los dividendos que se distribuyan; el trato nacional en materia tributaria y el derecho a establecer sucursales en otros países miembros.

(visitas de campo, búsqueda de socios, etc.), han apoyado la facilitación de negocios (ayudando en la obtención de permisos), y han mantenido una estrategia coherente a través de largos períodos, mediante el desarrollo de paquetes de inversión basados en oportunidades potenciales. Por ejemplo, la identificación de empresas líderes ha precedido exitosos episodios de atracción de IED en Costa Rica, Irlanda y Singapur<sup>3</sup>.

La técnica de identificación de inversiones objetivo (investment targeting), genera y pone en práctica una estrategia coherente basada en una intensa retroalimentación proporcionada por inversionistas potenciales, tanto fuera como dentro del país, sobre el tipo de condiciones que deben ser creadas, y sobre las facilidades suministradas, para asegurar que se genere un flujo sustancial de inversiones de calidad en los sectores reconocidos. A nivel regional, la experiencia más exitosa en promoción de inversiones es la del Área de Inversión de la Asociación de Naciones del Sureste Asiático (ASEAN, por sus siglas en inglés) (ver Recuadro 1).

### Recuadro 1. La experiencia de la ASEAN en la promoción de inversiones

La región que comprende la Asociación de Naciones del Sureste Asiático (ASEAN) es una de las principales receptoras de flujos de inversión extranjera directa del mundo en desarrollo, con cinco de sus países entre las primeras 20 naciones en desarrollo receptoras de flujos de inversión mundial durante el lapso 1997 - 2002. A pesar del éxito regional en la atracción de flujos considerables de IED, los países de la región siguen tomando medidas, tanto individuales como colectivas, para ampliar la liberalización de sus regímenes de inversión y ofrecer climas de inversión atractivos y competitivos. Han tomado medidas adicionales para atraer mayores flujos de IED, a fin de ayudar a los países a recuperarse de la crisis económica que se extendió por la región entre 1997 y 1998. Fieles al compromiso adquirido en la Quinta Cumbre de la ASEAN, los Ministros de la región firmaron un Acuerdo Marco del Área de Inversión de la ASEAN (AIA) el 7 de octubre de 1998, en Manila. La estrategia de establecimiento del Área de Inversión de la ASEAN incluye cuatro elementos substantivos:

**Mandato de alto nivel:** Fue creado un Consejo para el Área de Inversión de la ASEAN a nivel ministerial, para supervisar la aplicación del Acuerdo Marco. El Consejo recibe la asistencia del Comité Coordinador de Inversiones de la ASEAN.

**Colaboración con el sector privado:** Fue creado un Programa de Facilitación y Cooperación para aumentar la competitividad del clima empresarial de la ASEAN. Este incluye actividades orientadas hacia la facilitación de los flujos de inversión, desarrollo de recursos humanos y aumento de la capacidad de las agencias de inversión de la ASEAN.

**Actividades de promoción conjuntas:** Fue creado un Programa de Promoción y Concientización a fin de promover la ASEAN como un destino integrado de inversión. El programa apunta a darle al inversionista una mejor comprensión y conciencia de las oportunidades de inversión de la región, como totalidad. El programa incluye Misiones Conjuntas de Promoción de Inversiones de la ASEAN, cuyos representantes de alto nivel viajarán alrededor del mundo en forma regular; la creación de sitios web y bases de datos de inversión; y la publicación de información sobre inversión útil y de forma oportuna.

**Facilitación de la inversión:** Se adoptó un plan de trabajo para eliminar las barreras a la inversión, liberalizar las normas y políticas de inversión y otorgar tratamiento nacional en todos los países miembros para el año 2010.

Fuente. Secretaría de la ASEAN <http://www.aseansec.org/7664.htm>.

<sup>3</sup> UNCTAD “Efectividad de las medidas relacionadas con políticas de IED” (*Effectiveness of FDI policy measures*) - (TB/B/COM.1/EM.20/1).

Grupos regionales que también realizan algún tipo de actividades conjuntas de promoción de inversiones son, entre otros, el Pacto de Inversiones de la Europa Oriental y Central y la Iniciativa de Inversión Africana. Este tipo de iniciativas está ganando impulso debido a que, desde la perspectiva de la inversión, una integración regional profunda implica mayores oportunidades de mejorar la eficiencia de la inversión, debido a:

- Un mayor tamaño del mercado
- La integración de operaciones a través de varios países
- La facilitación en la creación de conglomerados (la industria automotriz ha seguido este derrotero tanto en el MERCOSUR como en la ASEAN)
- La mejora del clima empresarial
- Una mayor transparencia regulatoria
- Mayores flujos de inversión intra-regional (60% de la IED en la Unión Europea es intra-regional)

El lanzamiento de un programa de promoción de inversiones regional en la CAN implica emular las mejores prácticas existentes. En la Región Andina, la promoción de inversiones ha sido subestimada, careciendo las agencias de promoción de inversiones de apoyo político, de acceso a fondos financieros suficientes y del personal calificado para cubrir sus necesidades. Entre las medidas proactivas adoptadas por los países andinos encontramos el diseño, en colaboración con el sector privado, de programas de competitividad nacional orientados hacia la mejora de su capacidad de oferta, atacando algunas de las debilidades sistémicas en sus economías. Sin embargo, en el desarrollo de sus planes de promoción comercial y de inversiones, los países andinos no han podido superar lo que consideran sus ventajas comparativas naturales desde el punto de vista de la oferta. Sólo en contadas oportunidades, han aprovechado la información vinculada a la demanda (información de mercado) en el diseño de estrategias coordinadas de exportación e inversión, incluso en aquellos casos donde existen grandes oportunidades de acceso a mercados. Para tener éxito, estos esfuerzos nacionales deben ser complementados con iniciativas a nivel regional.

## **B. Trazado de la estrategia**

El principal objetivo de una estrategia regional será el fortalecimiento de la promoción de inversiones a nivel nacional y su complementación a través de actividades conjuntas específicas orientadas hacia la comprensión del potencial de inversión regional y la atracción de IED de calidad, acorde con los objetivos de desarrollo establecidos. Los países miembros de la CAN compiten para atraer inversiones hacia sus proyectos nacionales, siendo sus economías muy similares, en muchos aspectos. En tanto son pocas las áreas económicas donde han surgido complementariedades. A pesar de tal competencia, una estrategia conjunta permitiría generar mayores oportunidades de inversión, y facilitaría un mejor aprovechamiento de la división del trabajo, de la creación de conglomerados industriales y de la especialización de la producción, aspectos necesarios para la integración económica de la subregión. Más que intentar ponerse de acuerdo sobre un conjunto de principios, se sugiere un enfoque de “abajo hacia arriba” (“*bottom up*”) que estimule a los países miembros a adoptar medidas prácticas comprobadamente efectivas para la atracción de inversiones, fortaleciendo las instituciones existentes. Sobre la base de la encuesta realizada por la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el

Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés), una estrategia de promoción de inversiones regional debería cubrir cuatro áreas o pilares fundamentales:

- tecnología,
- infraestructura,
- empresas,
- mercadeo internacional.

### **1. Área tecnológica: Fortalecimiento de la base tecnológica andina a fin de atraer inversiones en manufactura y servicios hacia la región**

Existe la necesidad de construir una infraestructura de apoyo tecnológico más apropiada, coordinada y orientada hacia el mercado regional. Es necesario también apoyar el desarrollo de actividades tecnológicas a nivel empresarial, a través de incentivos a las empresas para la adquisición de tecnología más avanzada. Cada uno de los países de la CAN debe dedicarse en forma efectiva a la puesta en práctica de sus sistemas nacional de innovación. Podrían establecerse normas comunes para los sistemas de innovación nacional, así como medidas de promoción de normas de calidad para los proveedores regionales.

Las actividades conjuntas de promoción de inversiones debieran aspirar a mejorar la capacidad nacional de atracción de inversiones en el área de tecnología de la comunicación e información (TCI). Cada país miembro podría atraer IED en TCI y especializarse en un aspecto en función de la subregión y el mercado ampliado latinoamericano (p.ej.: centros de llamadas, servicios tecnológicos). Los países miembros podrían también adoptar programas de atención post-inversión a nivel nacional, para determinar las necesidades de TCI de las empresas establecidas, facilitar la creación de parques virtuales de TCI regionales y ofrecer mejores incentivos a las compañías con vocación exportadora en el sector. Según lo establecido en el análisis de la UNCTAD, el régimen fiscal de los países andinos para la TCI no es competitivo, si se le compara con el de India<sup>4</sup>, mientras que existen pocas medidas de estímulo a la IED en este sector. Adicionalmente, la generación de capacidad nacional puede ampliarse mediante el establecimiento de programas de adiestramiento regionales, en colaboración con firmas extranjeras, y a través del desarrollo de actividades conjuntas en centros de investigación y desarrollo (I&D) dentro de la región.

### **2. Área de infraestructura: Aumento de la conectividad de la red de infraestructura básica de la CAN**

La atracción de inversiones extranjeras y locales reposa sobre una infraestructura apropiada y funcional. Entre las áreas de particular importancia para los inversionistas se encuentran el transporte, las comunicaciones y la energía. Las encuestas realizadas por la UNCTAD a los inversionistas establecidos en la región, demuestran que la ausencia de infraestructura de calidad actuó como obstáculo a la IED en la CAN. Debido a la falta de recursos, los países miembros han optado, con frecuencia, por involucrar al sector privado a fin de atraer capitales y *know-how* para

---

<sup>4</sup> De acuerdo a una evaluación comparativa del aspecto tributario (ver *Investment Compass* – [www.unctad.org/compass](http://www.unctad.org/compass)), la tasa actual del impuesto a la TCI oscila entre 25% en Bolivia y más de 40% en Colombia. La tasa actual del impuesto a la TCI en India es de 5%.

el desarrollo, modernización y expansión de los servicios. A nivel regional, podría prestarse apoyo al fortalecimiento de la capacidad local para regular la participación del sector privado en el área de infraestructura. Además, se han identificado proyectos de infraestructura regional para la integración cuyo financiamiento podría ser compartido por los gobiernos, el sector privado e instituciones de financiamiento multilateral. Es necesario coordinar los esfuerzos de promoción para atraer inversionistas privados hacia dichos proyectos y supervisar la calidad, así como el costo de los servicios prestados en la subregión.

Las actividades conjuntas podrían incluir la presentación de proyectos regionales a donantes e inversionistas internacionales. La generación de capacidad podría ampliarse a través de adiestramiento especial en negociación y desarrollo de proyectos de infraestructura regional, recurriendo, por ejemplo, a programas de instrucción vía web para el diseño y financiamiento de proyectos de infraestructura con participación del sector privado.

### **3. Área empresarial: Mejora del clima de negocios y facilitación del establecimiento de cadenas de suministro regional**

La tarea central en la facilitación del desarrollo empresarial es la búsqueda de soluciones para los obstáculos a la instalación de negocios que han sido detectados por el sector empresarial. Tanto los reglamentos como los procedimientos deberían mejorar a nivel nacional. La Secretaría de la CAN pudiera sancionar un canon regional para los procedimientos de acceso e instalación, mediante un “Plan Estratégico de Servicios a los Clientes” (“*Client Charter*”) a ser adoptada por cada uno de los países miembros. También podría establecerse un dispositivo más coherente y común que facilite el diálogo entre los sectores público y privado. Al Consejo Empresarial Andino puede encomendársele la revisión y propuesta de medidas que simplifiquen los reglamentos, agilicen los procedimientos, mejoren la coordinación entre los entes gubernamentales nacionales y faciliten el intercambio de negocio a negocio en la región.

Existe también la necesidad de aumentar y profundizar los lazos entre las empresas transnacionales (ETN) y las pequeñas y medianas empresas (PYME). Un estudio diagnóstico debiera identificar los problemas relacionados con la competitividad, normas de calidad y capacidad de innovación, a fin de aumentar la capacidad de suministro de las PYME. También deben identificarse las necesidades de las ETN a través del diálogo, talleres, cuestionarios y trabajo con los empleados a cargo de las adquisiciones en las ETN. Podría crearse una base de datos de proveedores y ETN que operan en la región.

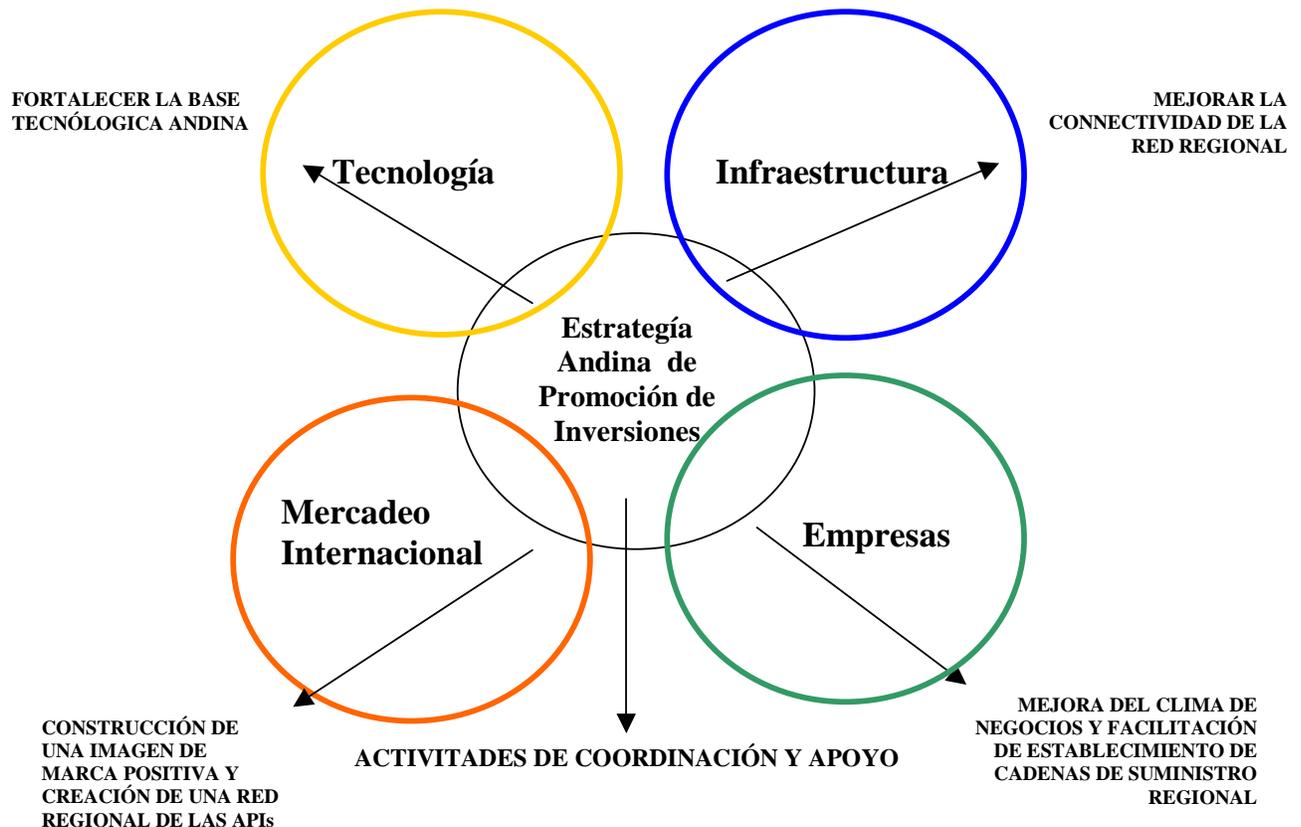
### **4. Área de mercadeo internacional: Construcción de una imagen positiva para la región y estímulo para la cooperación entre las agencias de promoción de inversiones**

La promoción del mercado regional dentro de la comunidad empresarial internacional es una manera de compartir experiencias y aumentar la efectividad de los esfuerzos de promoción de inversiones nacionales. A estos fines, debiera establecerse una red andina de agencias de promoción de inversiones que opere con la colaboración de la red andina de promoción del comercio. Debiera adoptarse un plan

anual de actividades promocionales conjuntas. Tales actividades conjuntas debieran incluir:

- Desarrollo de un sistema regional que permita compartir información relacionada con la inversión entre los miembros de la red, particularmente, un portal regional de inversiones (Portal Andino de Inversiones);
- Estudios regionales sobre tendencias de mercado, socios potenciales e incentivos y restricciones específicas a la inversión en sectores identificados de promoción conjunta;
- Cumbres de inversión de alto nivel, comunicados de prensa conjuntos, material promocional;
- Entrenamiento e intercambio de mejores prácticas entre las API andinas mediante reuniones periódicas;
- Capacitación para negociadores de acuerdos de inversión bilaterales y regionales.

**Gráfico 1. Propuesta de promoción regional de inversiones en la CAN**



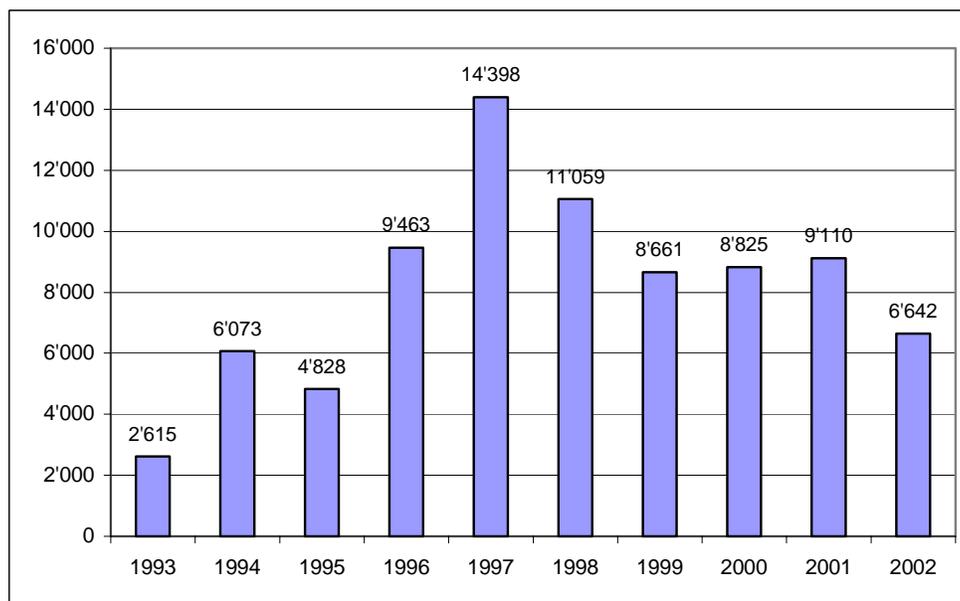
Fuente: Encuesta de la UNCTAD.

### C. Tendencias de la IED en la Región Andina

A finales de los años 80, después de la liberalización de las políticas de inversión en la CAN, se buscó la participación del sector privado en la gran mayoría de las actividades comerciales, particularmente en aquellas industrias en el sector de los recursos naturales (hidrocarburos y minas). Asimismo, la privatización de un grupo de activos estatales de compañías de servicios públicos e infraestructura también atrajo el interés de los inversionistas extranjeros hacia la CAN. Los flujos de IED hacia la Comunidad Andina aumentaron a principios de los 90, alcanzando un pico de US\$ 14 mil millones en 1997 aunque su tasa de crecimiento estuvo muy por debajo de la latinoamericana en su totalidad. A pesar de la capacidad de la estabilidad de la IED en el sector primario, los flujos hacia la Comunidad Andina han registrado un declive sustancial entre 1998 y 2002 (40% de reducción), con un promedio de US\$ 9 mil millones. El Índice de Resultados Efectivos de IED de la UNCTAD, que clasifica a los países de acuerdo a su potencial de atracción de IED, muestra que los países andinos –a excepción de Bolivia y Ecuador– tienen una baja efectividad de IED, a pesar de su alto potencial.<sup>5</sup>

**Gráfico 2. Flujos anuales de IED hacia los países andinos, 1993-2002**

(Millones de dólares EE.UU.)



Fuente: UNCTAD, base de datos IED/ETN, 2003.

<sup>5</sup> El Índice de Resultados Efectivos de IED clasifica a los países según la IED que reciben en relación con el volumen de sus economías. Se calcula en función de la proporción que corresponde al país dentro de las corrientes mundiales de IED, en comparación con la parte proporcional que le corresponde del PIB mundial. Los países con un valor relativo igual a la unidad reciben igual cantidad de IED que su volumen económico relativo.

**Tabla 1. Flujos de IED hacia grupos regionales seleccionados, 1991-2002**  
(Millones de dólares y porcentajes)

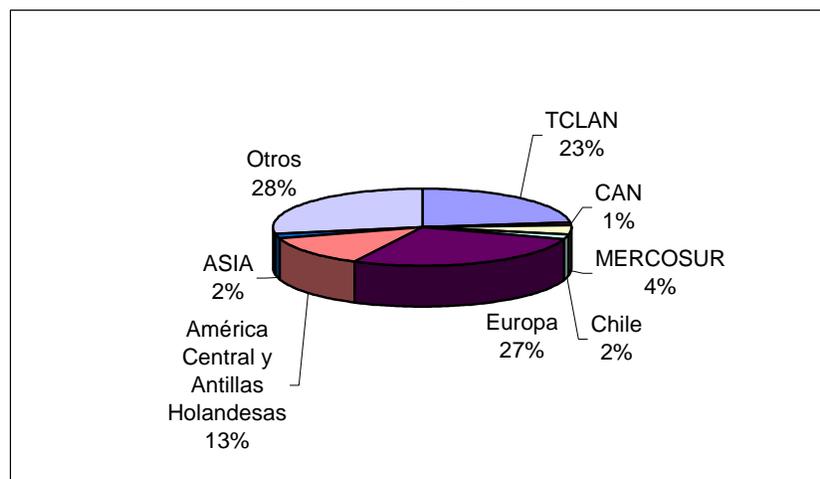
Resultado absoluto			Resultado relativo						
Entradas de IED anuales			Entradas de IED						
País / Región	Millones de US\$		Monto acumulado de IED	Per capita (US\$)		Por 1,000 PIB		Como % de la FBCF	
	1991-1995	1996-2002		2002	1991-1995	1996-2002	1991-1995	1996-2002	1991-1995
Bolivia	169,2	753,2	6'392,0	23,6	92,8	27,9	92,9	17,8	51,5
Colombia	911,9	2'820,9	19'375,0	24,4	68,8	14,2	30,6	8,1	18,3
Ecuador	370,6	866,7	9'685,7	33,4	69,2	24,3	44,0	12,7	27,5
Perú	1'197,1	1'762,6	12'565,0	51,6	70,7	26,2	31,8	12,3	15,0
Venezuela	943,0	3'533,6	31'710,0	45,5	150,0	15,8	35,7	8,7	23,4
<b>Grupo andino (5)</b>	<b>3'591,8</b>	<b>9'736,9</b>	<b>79'727,7</b>	<b>36,0</b>	<b>88,4</b>	<b>18,9</b>	<b>35,6</b>	<b>9,8</b>	<b>22,0</b>
<b>MERCOSUR (4)</b>	<b>6'178,2</b>	<b>32'088,1</b>	<b>315'057,9</b>	<b>31,3</b>	<b>150,4</b>	<b>8,0</b>	<b>35,8</b>	<b>4,3</b>	<b>19,4</b>
<b>ASEAN (10)</b>	<b>18'322,7</b>	<b>22'790,8</b>	<b>306'267,7</b>	<b>39,3</b>	<b>44,8</b>	<b>35,5</b>	<b>37,8</b>	<b>10,7</b>	<b>11,4</b>

Fuente: UNCTAD, base de datos IED/ETN.

En Latinoamérica, la mayor subregión en términos de atracción de IED es el MERCOSUR. Sin embargo, entre 1996 y 2002, la Comunidad Andina obtuvo más del triple de las IED recibidas durante la primera parte de los 90, lo que demuestra que los inversionistas extranjeros han ido aprovechando nuevas oportunidades de negocios en la subregión con el correr del tiempo. En términos relativos, el rendimiento de los países andinos también ha mejorado, particularmente en lo que respecta a sus flujos de IED per cápita. La mayor proporción del flujo de IED respecto al PIB corresponde a la ASEAN, en contraste con el MERCOSUR y la CAN, lo que sugiere mayores beneficios para las economías de esa región. Entre tanto, en lo relacionado al origen geográfico de la inversión, Estados Unidos es el mayor inversionista individual en la Comunidad Andina, habiendo aportado, entre 1993 y 2002, casi 20% de los ingresos totales de IED a la subregión. El segundo lugar lo ocupa la Unión Europea, y dentro de ésta, España se convierte en el segundo país inversionista de mayor importancia para la región.

Las cifras existentes también indican que las inversiones provenientes de otros países latinoamericanos son significativas, aunque la mayoría de las mismas proceden de centros financieros, como Panamá y las Antillas Neerlandesas. La inversión intra-regional no tiene gran peso. Así, la IED intra-regional de la Comunidad Andina promedió US\$ 100 millones anuales entre 1993 y 2002.

**Gráfico 3. Flujos de IED hacia la CAN por país de origen, 1993-2002**  
(Porcentaje)



Fuente: Series estadísticas de la Comunidad Andina de Naciones.

### 1. IED por sector

El volumen de los flujos de IED que ingresaron a la CAN fue, sobre todo, el resultado de las privatizaciones, la reforma del sector financiero y la liberalización parcial del sector hidrocarburos. La tabla 2 muestra que los principales productos de exportación andinos son productos primarios que han perdido sostenidamente su participación en el comercio mundial (de 58% en 1984 a 28% en 2000). La mayoría de las IED también fueron al sector primario, predominantemente petróleo y minas, representando 33% de las entradas regionales acumuladas de IED entre 1993 y 2002 (Gráfico 4).

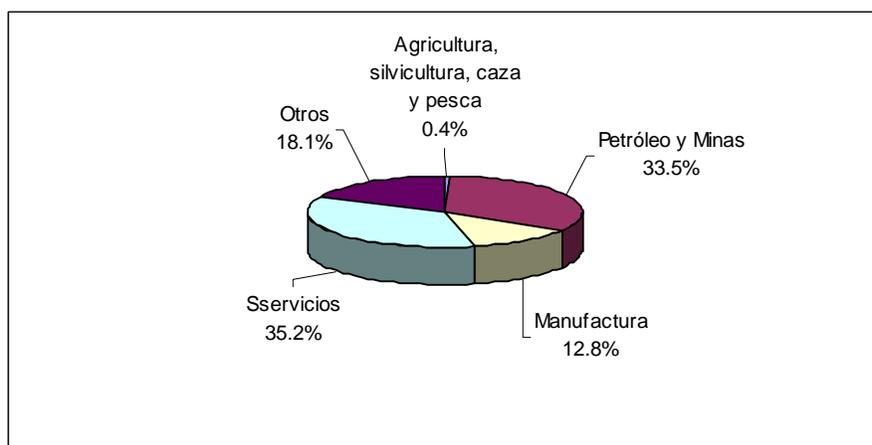
**Tabla 2. Principales productos de exportación e industrias en los países andinos**

	Principales industrias	Principales productos de exportación
<b>Bolivia</b>	Minería – Petróleo y gas – Procesamiento de alimentos – Artesanía – Confección – Explotación forestal	Soya – Gas natural – Zinc – Oro – Madera – Metales preciosos –Petróleo
<b>Colombia</b>	Procesamiento de alimentos – Petróleo – Textil – Confección –Químicos Carbón – Esmeraldas –Hierro y Acero - Ensamblaje automotriz	Petróleo – Café – Carbón – Confección – Bananas – Flores cortadas – Vehículos automotor – Aleaciones ferrosas
<b>Ecuador</b>	Petróleo – Procesamiento de alimentos – Textil – Productos madereros – Químicos – Plásticos – Pesca	Petróleo – Bananas – Camarones – Cacao – Flores cortadas – Pescado – Vehículos automotor
<b>Perú</b>	Minería de metales – Petróleo – Pesca – Textil – Confección – Procesamiento de alimentos	Pescados y productos relacionados – Cobre, zinc, oro – Petróleo –Café – Plata
<b>Venezuela</b>	Petróleo – Hierro, Acero y aluminio – Procesamiento de alimentos – Textil – Ensamblaje automotriz	Petróleo y derivados – Aluminio, acero y bauxita – Químicos – Aleaciones ferrosas - Autopartes

Fuente: UNCTAD (2000). *Estudio de políticas de inversión del Perú*; UNCTAD (2001) *Estudio de políticas de inversión de Ecuador*; The Economist Intelligence Unit (2003). *Informes por país*, Centro de Comercio Internacional, www.intraten.org.

En el Ecuador, 80% de las inversiones recibidas durante los 90 estuvieron dirigidas al sector petrolero. Asimismo, entre 1995 y 1997, Venezuela atrajo más de US\$ 2 mil millones en inversiones, también destinadas mayormente hacia el sector petrolero. En el caso del Perú, el sector minero recibió 43% de la IED atraída durante el año 2000.

**Gráfico 4. Flujos de IED hacia la CAN por sector, 1993-2003**  
(Porcentaje)



Fuente: Series estadísticas de la Comunidad Andina de Naciones.

En Venezuela y Colombia –los dos mercados de mayores dimensiones– la IED ha tenido más incidencia en el sector manufactura que en el resto de la subregión. Tanto la liberalización como las reformas experimentadas incrementaron el atractivo de estos mercados nacionales para los inversionistas, lo cual, aunado a su estrategia de integración, ubicó a ambos países como posibles plataformas de exportación, especialmente para las ventas al resto de la Región Andina. El establecimiento de operaciones por parte de filiales estadounidenses y japonesas en el sector automotriz es un buen ejemplo de ello. Además, una serie de empresas manufactureras en los sectores de alimentos, bebidas y tabaco, productos higiénicos y de limpieza, así como químico y farmacéutico atienden el mercado andino.

De hecho, muchas grandes empresas han optado por establecer sus actividades manufactureras en Venezuela y Colombia para poder aprovechar la ventaja que radica en que estas naciones pertenecen a la Comunidad Andina, como trampolín para sus exportaciones hacia los otros países miembros. Esto ha sido particularmente significativo en la industria automotriz de Venezuela, donde General Motors y Ford Motors (ambas empresas provenientes de los Estados Unidos), DaimlerChrysler (Alemania) y Toyota (Japón) han establecido instalaciones de producción para la exportación, especialmente hacia Colombia y Ecuador. Adicionalmente, gracias al grado de especialización existente entre las filiales andinas de empresas ensambladoras de vehículos, Colombia ha podido exportar hacia Venezuela. La

industria automotriz se beneficia de un acuerdo especial suscrito en 1993 por Colombia, Ecuador y Venezuela, actualizado en 1991, que cumple con las disposiciones de la Organización Mundial de Comercio (OMC), y que se mantendrá en vigencia hasta 2010, cuando probablemente sea prorrogado<sup>6</sup>.

A pesar de estos alentadores ejemplos, la Comunidad Andina no ha podido atraer IED interesada en la eficiencia y que sirva a las cadenas de valor de producción internacional. El hecho de que las industrias manufactureras hayan atraído un pequeño porcentaje del total de los ingresos de IED sugiere que las ETN no han respondido, aún, a los posibles beneficios de la integración de la CAN. En la ASEAN, muchas ETN han adoptado una política de integración total de filiales, como podemos observar con la red de producción de automóviles que tiene Toyota en la ASEAN (Gráfico 5).

**Gráfico 5. Integración de filiales extranjeras de la Corporación Toyota Motor en la ASEAN, 2000**



Fuente: UNCTAD, sobre información de Toyota, [www.global.toyota.com](http://www.global.toyota.com).

#### D. Resultados de la encuesta

El siguiente análisis se fundamenta en los resultados a la encuesta realizada a representantes del sector privado, las API andinas y las instituciones gubernamentales (ver la lista de encuestados en el Anexo 3). De acuerdo a la encuesta, la CAN tiene el

<sup>6</sup> Este acuerdo desecha las normas de contenido regional y establece una norma de origen específica para que los vehículos ensamblados localmente tengan acceso al mercado andino.

potencial para atraer mayores cantidades de IED de mayor calidad, en niveles proporcionales a las fortalezas y oportunidades fundamentales que ofrece la economía regional.

Entre sus fortalezas se encuentran un amplio mercado, fuerza laboral a costos competitivos, acceso preferencial de mercado a los Estados Unidos y una ubicación estratégica en la región. Entre las debilidades están una baja capacidad de suministro, deficiencias en la infraestructura y falta de estabilidad política y económica, así como escasa seguridad jurídica y débil reglamentación empresarial por parte de la administración pública.

**Tabla 3. Análisis FODA de la Región Andina como destino de inversión**

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>· Ubicación geográfica</li> <li>· Acceso a mercado: APTDEA; SGP, Tratado de libre comercio con Brazil</li> <li>· 70 acuerdos bilaterales en comercio e inversiones</li> <li>· Disponibilidad de recursos naturales</li> <li>· Costos laborales</li> <li>· Marco institucional desarrollado (CAN)</li> <li>· Inversiones telecomunicaciones</li> <li>· Inversiones en turismo</li> <li>· Incremento del comercio intra-regional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Inestabilidad jurídica / Dificultad para aplicar la ley</li> <li>· Inestabilidad política</li> <li>· Infraestructura y transporte</li> <li>· Inestabilidad económica</li> <li>· Pobre capacidad suplidora</li> <li>· Nivel de educación de la fuerza laboral</li> <li>· Excesiva dependencia de recursos naturales</li> <li>· Barreras administrativas y regulatorias a las inversiones</li> <li>· Pobre percepción internacional de la región y de los países en particular</li> <li>· Corrupción</li> </ul>
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>· Caída mundial de las IED</li> <li>· Inestabilidad económica mundial</li> <li>· Inestabilidad política y económica</li> <li>· Otros acuerdos de integración regional</li> <li>· Posicionamiento de otras regiones. Casos:                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- Chile: Centro regional de negocios</li> <li>- América Central</li> <li>- China + Asean</li> </ul> </li> <li>· Corrupción</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Desarrollo de la industria de los recursos naturales</li> <li>· Desarrollo aguas abajo del sector energía</li> <li>· Necesidad de infraestructura de transporte</li> <li>· Inversiones inter e intra regionales</li> <li>· Negociaciones del ALCA</li> <li>· Mercado Andino Común (2005)</li> <li>· Potencial de turismo</li> <li>· Potencial de Biodiversidad</li> <li>· Potencial de TCI</li> <li>· Fortalecimiento del proceso de integración</li> <li>· Acuerdo de comercio con MERCOSUR</li> <li>· Acuerdo de comercio y cooperación con la UE</li> </ul>

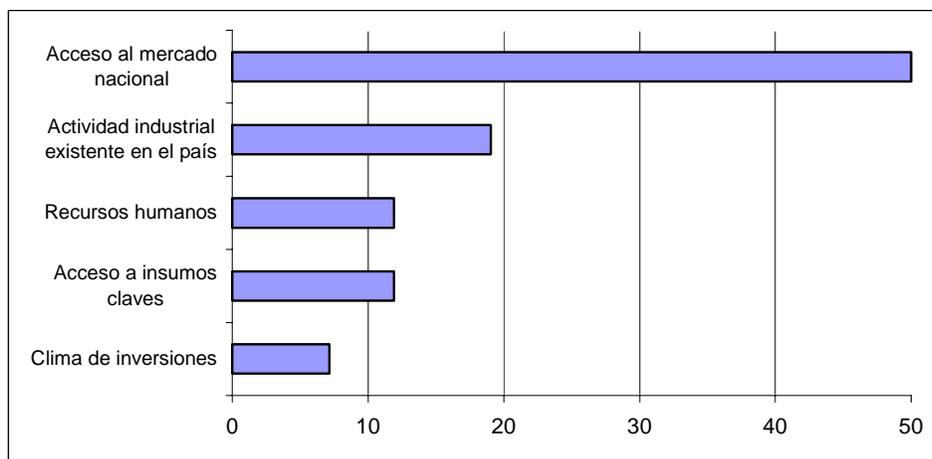
Fuente: Encuesta de la UNCTAD.

### 1. Determinantes de la localización

Las clasificaciones de los determinantes de localización en la Región Andina (Gráfico 6) demuestran que la principal razón de la instalación de compañías en la región es el acceso al mercado nacional. Los mercados regionales ocuparon el

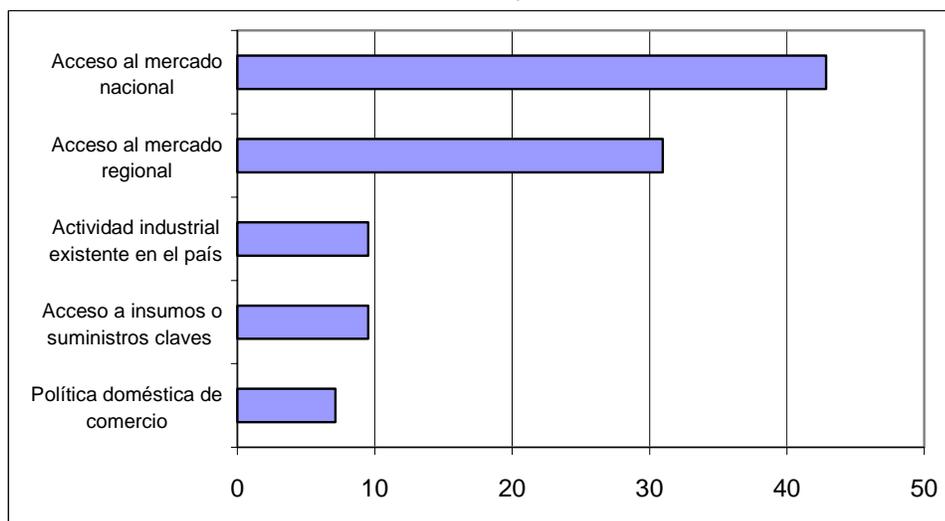
séptimo lugar en orden de importancia entre las prioridades iniciales que guiaron a los inversionistas hacia la Región Andina. Sin embargo, este aspecto ocupó el segundo lugar entre las prioridades de inversión actuales (Gráfico 7). Tal cambio muestra el nuevo enfoque de las estrategias corporativas y el potencial que los inversionistas perciben en el mercado integrado. Las ETN que cuentan con redes regionales en la CAN incluyen a Citibank, Hewlett Packard, Procter & Gamble, Ford Motors, Mitsubishi, Nabisco, BellSouth, Parmalat, Nestlé, Colgate-Palmolive y Federal Express. De acuerdo a los resultados de la encuesta, 59% de la muestra ha abierto o planea abrir sedes regionales en la Comunidad Andina, el 12% de las cuales servirá para la coordinación de operaciones en todo Latinoamérica y 88% para la subregión andina.

**Gráfico 6. Razones que condujeron a su empresa a invertir en la Región Andina: prioridades iniciales**  
(Porcentaje)



Fuente: Encuesta de la UNCTAD.

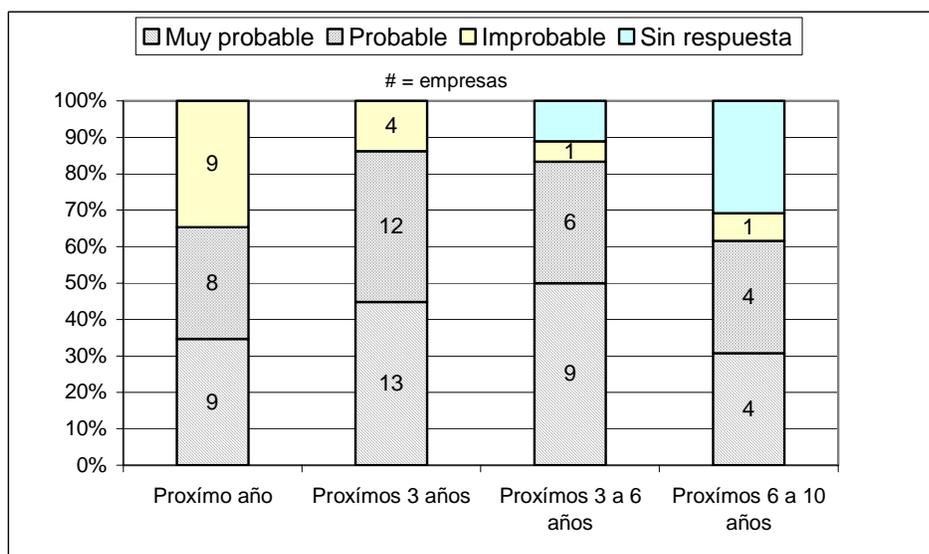
**Gráfico 7. Prioridades de inversión actuales de las ETN radicadas en la CAN**  
(Porcentaje)



Fuente: Encuesta de la UNCTAD.

La mayoría de las compañías encuestadas podrían considerar expandirse o reinvertir en la Región Andina durante los próximos 3 ó 6 años (Gráfico 8). El conocimiento de los planes de inversión y estrategias corporativas de la región facilitarían el diseño de estrategias efectivas, que identifiquen no sólo nuevas inversiones (greenfield) sino también reinversiones y expansiones.

**Gráfico 8. Planes de expansión y reinversión de las ETN en la Región Andina**  
(Porcentaje)



Fuente: Encuesta de la UNCTAD.

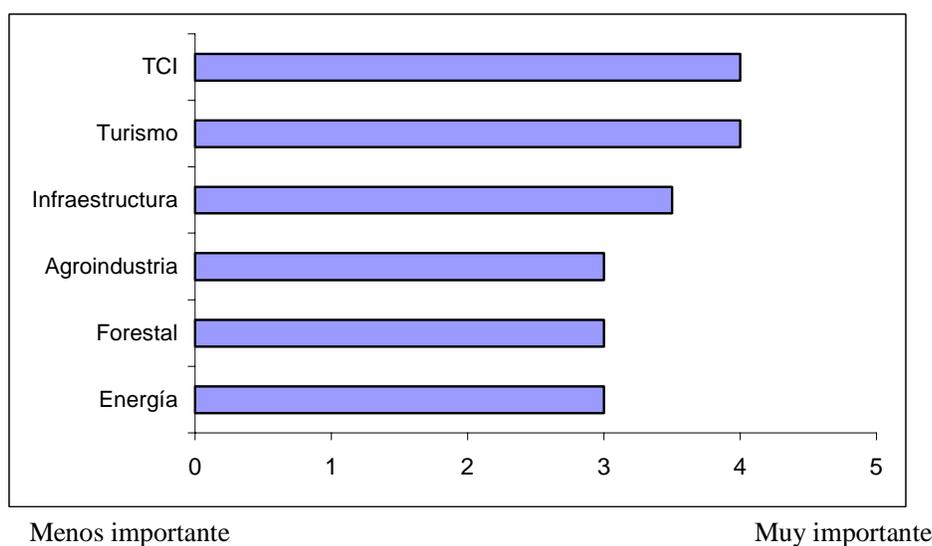
## 2. Cadenas de suministro regional

En la CAN se han establecido cadenas de suministro regional en la industria automotriz y en algunas áreas petroleras y mineras. También existen algunas iniciativas interesantes en otros sectores. Motorola ha anunciado un programa de suministro regional con el apoyo financiero de la Corporación Andina de Fomento (CAF). El proyecto promueve esquemas de transferencia tecnológica y *know-how* dentro de la industria de la TCI, con el objeto de fomentar la cooperación entre las pequeñas y medianas empresas (PYME), los proveedores de servicio y Motorola (ver Anexo 5). En el área financiera, encontramos la iniciativa conocida como “Todo 1”, originalmente promovida por el Banco Mercantil, de Venezuela. Todo 1 es, hoy en día, un negocio regional compartido con otros bancos nacionales, que aprovecha las sinergias creadas por el proceso de integración. Se ha organizado en dos filiales proveedoras de servicios tanto a personas naturales como a corporaciones. Todo 1 coordina el desarrollo de productos y servicios, a ser mercadeados en línea y distribuidos a través de una red de puntos de venta. Los puntos de venta están conectados a una plataforma informática común que permite servir a más de 5 millones de usuarios en tres países andinos –Colombia, Ecuador y Venezuela–, así como a más de 110.000 pequeñas y medianas compañías (ver Anexo 5).

### 3. Oportunidades en sectores seleccionados

Las API e instituciones gubernamentales encuestadas<sup>7</sup> resaltaron los sectores TCI, turismo, e infraestructura como sectores con potencial para desarrollo dentro del marco de la cooperación regional en promoción de inversiones<sup>8</sup>. Ya funcionan varias iniciativas regionales en estos sectores, que sin embargo no incluyen la promoción de inversiones. Por ejemplo, el plan de acción de la Comunidad Andina para el desarrollo de la biodiversidad está orientado hacia la promoción de exportaciones, pero podría extenderse fácilmente hacia la inversión. Las iniciativas conjuntas existentes para el desarrollo del turismo pueden vincularse a la promoción de inversiones.

**Gráfico 9. Sectores con potencial de promoción conjunta**



*Fuente:* Encuesta de la UNCTAD.

### 4. Cooperación regional en promoción de inversiones

Las encuestas hechas a inversionistas, API nacionales y organizaciones gubernamentales han evaluado la factibilidad de una promoción de inversiones regional e identificado prioridades para actividades conjuntas. Los inversionistas encuestados que operan en la región sugieren que las agencias de promoción de inversiones nacionales tengan participación en: (i) el análisis de los aspectos económicos, políticos y de inversión; (ii) la mejora de los marcos regulatorios de inversión; (iii) la creación de imagen; (iv) la identificación de socios potenciales; y (v) en la facilitación de contactos y organización de visitas a campo. Se ha identificado que la mayor utilidad de la cooperación regional radica en la creación de imagen, en

<sup>7</sup> Ver la lista de organizaciones encuestadas en el anexo 2.

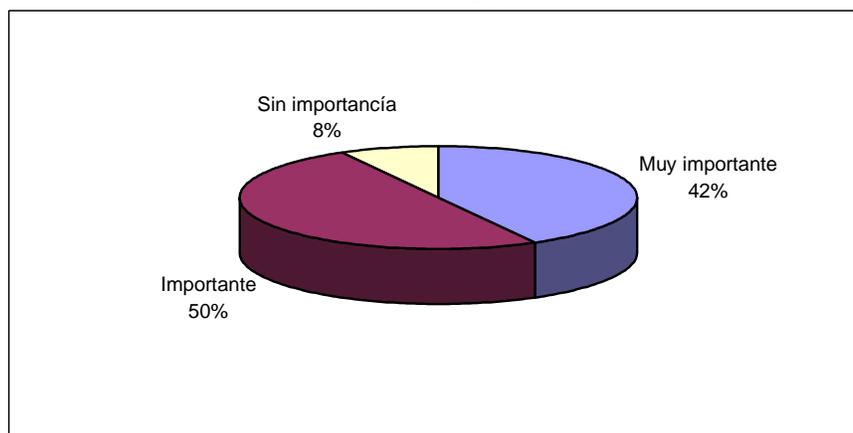
<sup>8</sup> Existen varias iniciativas en el área de TCI en la Región Andina, como el Satélite Andino, el Sistema de Internet Andino y el Corredor Digital Andino. Para mayor información, visite [www.aseta.org](http://www.aseta.org). También existe el programa “la Ruta Andina”, que estimula el desarrollo del turismo, que no de las inversiones en el sector, en los países miembros. Con todo, constituye un fuerte apoyo a los inversionistas establecidos en el sector. Este programa es patrocinado por la Secretaría de la Comunidad Andina ([www.comunidadandina.org](http://www.comunidadandina.org)).

lo relativo a información y comunicación, en la identificación de inversionistas y en la atención post-inversión.

#### a) Creación de imagen

De acuerdo a los resultados de la encuesta, los participantes consideran que la creación de una imagen para la región fortalecerá los esfuerzos de promoción de inversiones regionales. Dentro del sector privado, 73 % de los encuestados cree que un enfoque de cooperación regional beneficiaría particularmente a los sectores de *creación de imagen y mercadeo de la región*. Incluso, 63% de los inversionistas encuestados está dispuesto a cooperar en promoción regional. Las instituciones gubernamentales competentes también expresaron su voluntad a cooperar. La mayoría de las API y organizaciones gubernamentales encuestadas (92%) considera que la proyección de una mejor imagen de la CAN es importante o muy importante para sus estrategias nacionales. Por ejemplo, los países andinos tienen sectores de óptima eficiencia, como son los microcréditos, la explotación forestal sustentable, las flores cortadas, los programas de biodiversidad y el desarrollo de exportaciones no tradicionales. Sin embargo, poco se conoce en el exterior de estos importantes logros<sup>9</sup>.

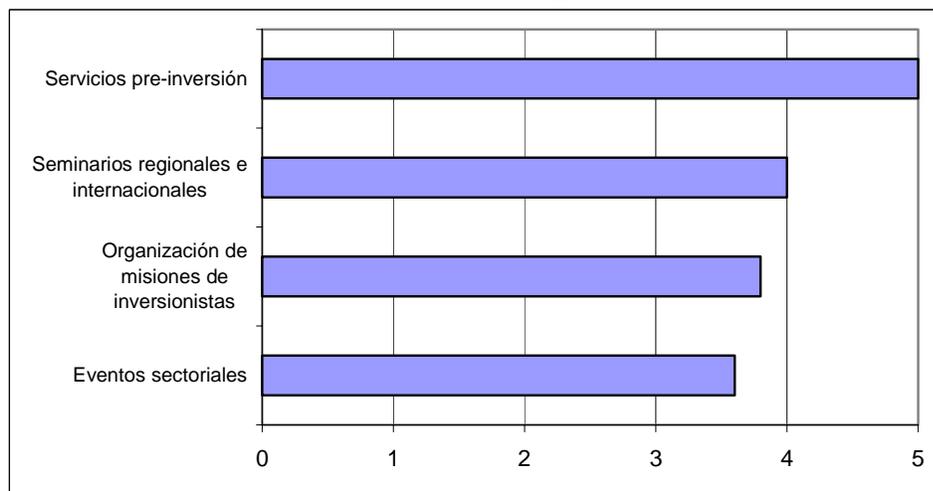
**Gráfico 10. Percepciones de las API sobre la importancia de proyectar una mejor imagen de la CAN**  
(Porcentaje)



Fuente: Encuesta de la UNCTAD

Entre las opciones de creación de imagen específicas, tanto las API como las instituciones gubernamentales asignan gran importancia a la *consolidación y divulgación de información*, con 42% de las respuestas. La cooperación regional pudiera también incluir participación presidencial y ministerial de alto nivel en reuniones con inversionistas, así como producción de boletines, encuestas sobre el clima de inversión a nivel regional, etc.

<sup>9</sup> Revista *Foreign Policy*. Suplemento publicitario especial. “La Sorpresa Andina: Perspectivas Comerciales y Oportunidades Ocultas” (*The Andean Surprise: Business Prospects and Hidden Opportunities*). Febrero, 2002.

**Gráfico 11. Actividades de promoción regional de inversiones**

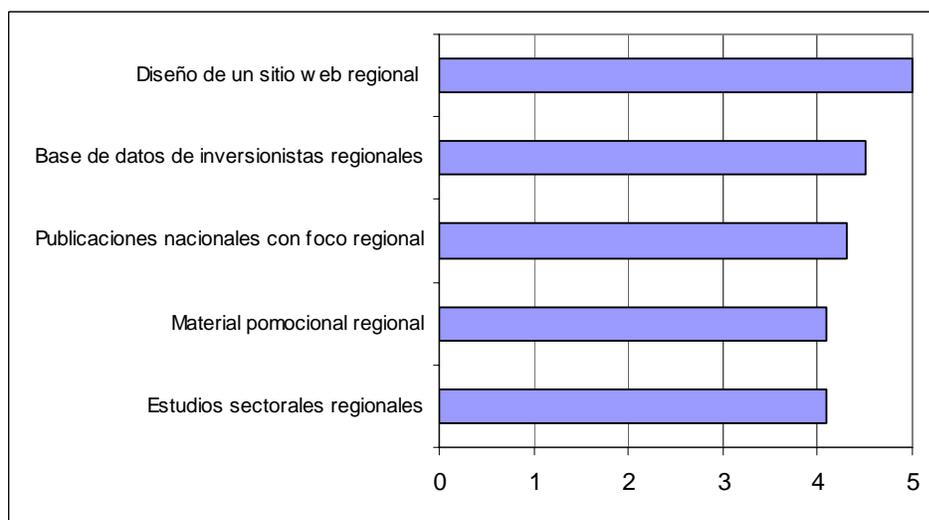
Menos importante

Muy importante

*Fuente:* Encuesta de la UNCTAD.

### b) Difusión de la información

Las API consideran la posibilidad de compartir y consolidar información en el ámbito regional como un elemento central dentro de un esfuerzo conjunto de promoción de inversiones (Gráfico 12). La herramienta que ha sido clasificada como de mayor efectividad es un sitio web, que sirva para el manejo dinámico e interactivo de bases de datos que faciliten la obtención de información y el análisis tanto a nivel regional como nacional.

**Gráfico 12. Prioridades en la difusión de información a nivel regional**

Menos importante

Muy importante

Fuente: Encuesta de la UNCTAD.

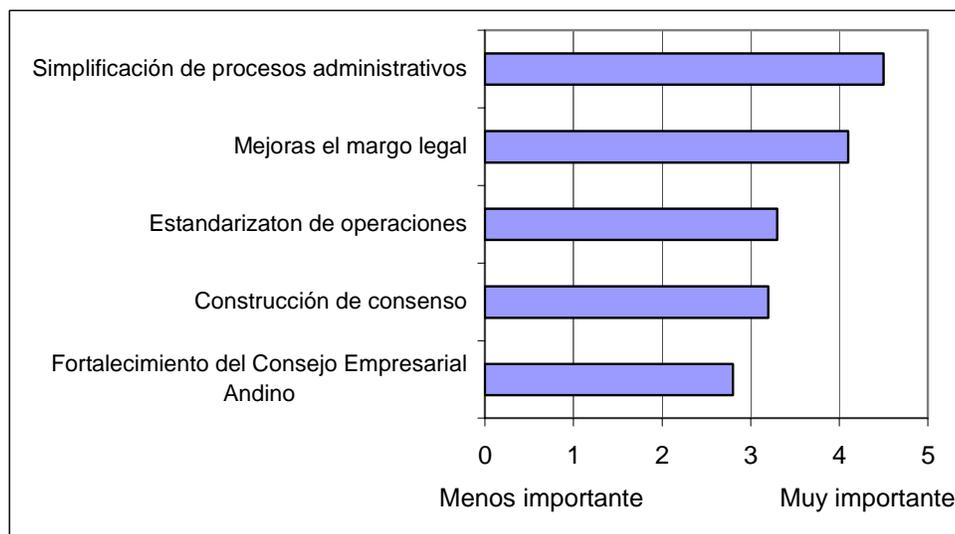
La UNCTAD ha lanzado el *Portal de Inversiones (Investment Gateway)*, una amplia plataforma de promoción de inversiones que opera en Bolivia, Ecuador y Colombia. La compatibilidad entre los portales nacionales permitirá el desarrollo del Portal Andino de Inversiones, que consolidará la información sobre inversiones a nivel regional. La conformación de bases de datos de inversionistas, la producción de análisis sectoriales y documentación sobre tendencias de inversión, así como de políticas y reglamentación regionales fortalecerá el conocimiento al respecto tanto de inversionistas locales y extranjeros como de los investigadores. Más allá, la compilación sistemática de estadísticas mejorará el seguimiento de las tendencias y patrones de inversión.

### c) Mejora del clima de negocios

Tanto las API como los inversionistas encuestados han clasificado la normalización y/o simplificación de los procedimientos administrativos, al igual que la actualización de los marcos legales de inversión como áreas de importancia. En este ámbito, la Secretaría General de la Comunidad Andina tiene un amplio campo de acción.

Ahora bien, la participación activa de los gobiernos nacionales y de las agencias de promoción de inversiones es esencial para asegurar la evolución de los procedimientos administrativos relacionados con la apertura y operación de compañías. La preparación de planes nacionales para la inversión (investment roadmaps) facilitará la identificación de áreas a mejorar.

**Gráfico 13. Mejora del clima de negocios**

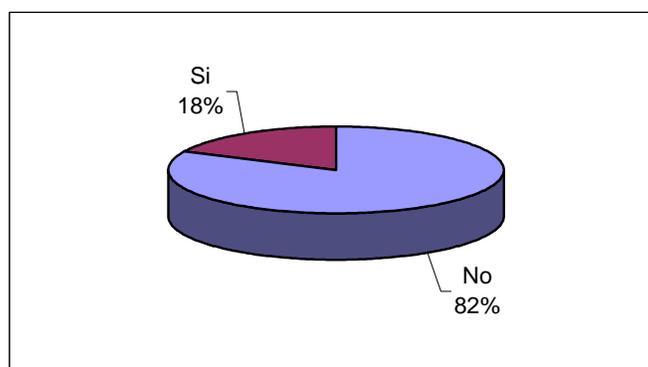


Fuente: Encuesta de la UNCTAD.

#### d) Atención post-inversión

82% de los inversionistas instalados no había recibido ningún tipo de servicio por parte de las agencias de promoción de inversiones. Debe acotarse, sin embargo, que 65% de las compañías encuestadas se habían instalado en la región antes de 1990, cuando se crearon la mayoría de las API de la Comunidad Andina. Sin embargo, la atención post-inversión no muestra un desarrollo sustancial entre las API andinas. Por su parte, tres de las agencias nacionales de promoción de inversiones operan en asociación con el sector privado (inversionistas nacionales y foráneos), y mantienen reuniones habituales de consulta con los miembros de su junta directiva. Las API debieran prestar mayor atención a las necesidades de los inversionistas instalados, puesto que son una fuente importante de nuevas inversiones mediante programas de expansión, reinversión y generación de redes. La decisión de compartir bases de datos de los inversionistas instalados podría fortalecer la difusión de información, así como el monitoreo de sus necesidades.

**Gráfico 14. ¿Ha recibido alguna vez asistencia por parte de una API?**  
(Porcentaje)



Fuente: Encuesta de la UNCTAD.

#### E. Conclusiones

El objetivo fundamental de la promoción regional de inversiones en la Región Andina debiera ser la generación de mayores flujos de inversión, la optimización de los beneficios consecuentes y la reducción de sus posibles perjuicios. La Región Andina tiene un gran mercado de más de 100 millones de personas y un PIB de US\$ 300 mil millones. Sin embargo, la mayoría de los inversionistas todavía limitan su visión al mercado nacional y no aprovechan el potencial del mercado integrado. El principal determinante económico que influencia los flujos de IED en los acuerdos regionales es el tamaño del mercado. Los acuerdos regionales también permiten un espacio para la conformación de políticas que reduzcan los obstáculos a la IED e identifiquen inversiones cónsonas con los objetivos generales de desarrollo. La aplicación de medidas pro-activas puede mejorar los flujos de inversión, si los determinantes económicos son favorables, así como generar excedentes positivos, incluyendo la difusión de tecnología y de atributos gerenciales. Para mejorar el perfil

de inversión de la Región Andina para el año 2010, los socios involucrados en la promoción de inversiones debieran compartir los siguientes fundamentos:

- Fortalecer la coordinación y la cooperación entre los sectores empresarial y gubernamental en la promoción de inversiones;
- Crear sinergias entre y sustentarse en los programas diseñados para la promoción de países individuales y actividades regionales;
- Facilitar la creación de redes de suministro regional, aumentando el dinamismo económico y las sinergias empresariales en la subregión;
- Generar redes de información y sistemas de información compartida a nivel subregional;

Partiendo de un fuerte compromiso, los socios andinos debieran dedicarse a traducir la estrategia en acciones concretas, mediante una serie de actividades prácticas de interés para los inversionistas, que tendrán un positivo impacto directo sobre el clima de inversión. Las actividades específicas para la promoción de inversiones a nivel regional deben ser, por un lado, factibles, y por el otro no ser ni exageradamente ambiciosas ni demasiado complejas. Algunos de los posibles elementos para futuro desarrollo incluirían:

- **Tecnología:** a incluir actividades diseñadas para la coordinación de sistemas nacionales de innovación, el establecimiento de nexos entre los centros tecnológicos regionales e instalación de parques virtuales de empresas en TCI. Se sugiere una revisión de los incentivos a la TCI orientada hacia la IED en el sector.
- **Infraestructura:** a incluir actividades para el fortalecimiento de la conectividad de la red básica regional. Se han identificado proyectos de infraestructura regional para la integración cuyo financiamiento podría ser compartido por los gobiernos, el sector privado e instituciones de financiamiento multilateral.
- **Empresas:** a incluir todas las actividades relacionadas con la simplificación del marco regulatorio que rige el clima de inversión y el establecimiento de cadenas de suministro regional.
- **Mercadeo internacional:** debiera adoptarse un plan anual de actividades promocionales conjuntas. Las actividades conjuntas debieran incluir un portal de inversiones regional (Portal Andino de Inversiones), estudios regionales sobre tendencias del mercado, cumbres de inversión, comunicados de prensa, material promocional y adiestramiento conjuntos.

Las actividades propuestas involucran la cooperación tanto del sector gubernamental como del empresarial. La Secretaría de la Comunidad Andina debiera asumir la responsabilidad de coordinar la red de instituciones de los sectores público y privado que participen en la materialización de la promoción regional de inversiones planteada.

## Referencias

Asociación de Naciones del Sureste Asiático ASEAN. [www.aseansec.org](http://www.aseansec.org)

Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL (2003). *Inversión Extranjera en América Latina y el Caribe 2002*. Número de venta S.03.II.G.11. [www.cepal.cl](http://www.cepal.cl)

Comunidad Andina de Naciones. Series Estadísticas. Decisiones de la Comunidad Andina. [www.comunidadandina.org](http://www.comunidadandina.org)

Kee Hwee Wee and Hafiz Mirza (2001) "ASEAN Investment Cooperation, Retrospect, Developments and Prospects". *ASEAN Annual Investment Report*.

PriceWaterhouse Coopers. [www.pwcglobal.com](http://www.pwcglobal.com)

Shatz, Howard J. (2001). "Expandiendo la inversión extranjera directa a los países andinos", documento de trabajo del Centro para el Desarrollo Internacional de la Universidad de Harvard. Proyecto Andino de Competitividad. CAF y el Centro para el Desarrollo Internacional de la Universidad de Harvard. [www.cid.harvard.edu/andes/](http://www.cid.harvard.edu/andes/)

Corporación Andina de Fomento (2002). "The Andean Surprise. Business Prospects and Hidden Opportunities", *Revista Foreign Policy*, Enero / Febrero 2002. [www.foreignpolicy.com](http://www.foreignpolicy.com)

The Economist Intelligence Unit 2002. *Business Latin America*. Londres.

The World Factbook 2001. Agencia de Inteligencia de EE.UU. [www.odci.gov/cia/publications/factbook/index.html](http://www.odci.gov/cia/publications/factbook/index.html)

UNCTAD (2000). "Integración regional y la economía global", Segmento de alto nivel de la 47ª sesión de la Junta de Comercio y Desarrollo, 16 de octubre, 2000.

UNCTAD (2002). *The World of Investment Promotion at a Glance. A Survey of Investment Promotion Practices*, Advisory Studies (Estudios de asesoría) N° 17. [www.unctad.org/ASIT](http://www.unctad.org/ASIT)

UNCTAD (2003). *World Investment Report 2003: FDI Policies for Development: National and International Perspective*. Sales No. 03.II.D.8.

Unión Europea (2002). Estrategia Regional para la Comunidad Andina, 2002 – 2006. [http://europa.eu.int/comm/external\\_relations/andean/rsp/](http://europa.eu.int/comm/external_relations/andean/rsp/)

Vial, Joaquín (2001). "Inversión Extranjera en los Países Andinos", documento de trabajo del Centro para el Desarrollo Internacional de la Universidad de Harvard. CAF y el Centro para el Desarrollo Internacional de la Universidad de Harvard. [www.cid.harvard.edu/andes/](http://www.cid.harvard.edu/andes/)

## **ANEXOS**

## Anexo 1.

**Tabla 1. Monto acumulado de IED en CAN, MERCOSUR y en el Mundo, 1980 - 2002**

(Millones de dólares)

	<b>1980</b>	<b>1985</b>	<b>1990</b>	<b>1995</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
Bolivia	420	592	1026	1564	5176	5839	6392
Colombia	1061	2231	3500	6407	12144	16008	19375
Ecuador	719	982	1626	3479	7081	8410	9686
Peru	898	1152	1302	5541	10053	10669	12565
Venezuela	1604	1548	2260	6975	26944	30392	31710
Total CAN	4702	6505	9714	23966	61398	71318	79728
Crecimiento anual %		30	49	147	156	16	12
	<b>1980</b>	<b>1985</b>	<b>1990</b>	<b>1995</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
Argentina	5344	6563	9085	27991	72935	75989	76992
Brazil	17480	25664	37143	42530	196884	219342	235908
Uruguay	727	794	1007	1464	2088	2406	1291
Paraguay	212	301	405	705	1311	1162	867
Total Mercosur	23763	33322	47640	72690	273218	298899	315058
Crecimiento anual %		40	43	53	276	9.4	5.4
	<b>1980</b>	<b>1985</b>	<b>1990</b>	<b>1995</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
Total mundial	699415	977755	1954152	3002152	6146812	6606855	7122506
Crecimiento anual %		40	99	54	105	7.4	7.8

*Fuente:* UNCTAD (2003). Estadísticas sobre inversión extranjera directa. División de Inversiones, Tecnología y Desarrollo Empresarial (DITE).

[www.unctad.org/en/subsites/dite/FDIstats\\_files/FDIstats.htm](http://www.unctad.org/en/subsites/dite/FDIstats_files/FDIstats.htm)

**Tabla 2. Flujos de IED hacia los países de ASEAN, CAN and Mercosur 1995-2002**

(Millones de dólares)

	<b>1995</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
<b>CAN</b>								
Bolivia	374	426	879	1023	1008	723	660	553
Colombia	968	3112	5562	2829	1452	2237	2521	2034
Ecuador	452	500	724	870	648	720	1330	1275
Peru	2048	3242	1697	1842	2263	681	1151	1462
Venezuela	985	2183	5536	4495	3290	4465	3448	1318
Total CAN	4828	9463	14398	11059	8661	8825	9110	6642
<b>MERCOSUR</b>								
Argentina	5609	6949	9160	7291	23988	11657	3206	1003
Brazil	4405	10792	18993	28856	28578	32779	22457	16566
Paraguay	103	149	236	342	95	104	95	-22
Uruguay	157	137	126	164	238	274	318	85
Total Mercosur	10274	18027	28515	36653	52899	44814	26077	17632
<b>ASEAN</b>								
Brunei Darussalam	583	654	702	573	748	549	526	1035
Cambodia	151	294	168	243	230	149	148	54
Indonesia	4346	6194	4678	-356	-2745	-4550	-3279	-1523
Lao People's Dem. Rep.	88	128	86	45	52	34	24	25
Malaysia	5815	7297	6323	2714	3895	3788	554	3203
Myanmar	318	581	879	684	304	208	192	129
Philippines	1577	1618	1261	1718	1725	1345	982	1111
Singapore	11503	9303	13533	7594	13245	12464	10949	7655
Thailand	2070	2338	3882	7491	6091	3350	3813	1068
Viet Nam	1780	1803	2587	1700	1484	1289	1300	1200
Total ASEAN	28231	30209	34099	22406	25029	18625	15211	13957

Fuente UNCTAD (2003). Estadísticas sobre inversión extranjera directa. División de Inversiones, Tecnología y Desarrollo Empresarial (DITE).

[www.unctad.org/en/subsites/dite/FDIstats\\_files/FDIstats.htm](http://www.unctad.org/en/subsites/dite/FDIstats_files/FDIstats.htm)

## Anexo 2

### Organizaciones y Empresas Encuestadas (julio 2002)

#### Agencias de Promoción de Inversiones y Organismos Gubernamentales: total 15

Bolivia	Centro de Promoción de Bolivia. CEPROBOL.
Colombia	Corporación Invertir en Colombia. COINVERTIR. Ministerio de Comercio Exterior. Dirección de Inversión Extranjera. Departamento Nacional de Planeación. Subdirección de Política Industrial y Comercial.
Ecuador	Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones. CORPEI. Consejo Nacional de Modernización. CONAM. Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad, Sub-Secretaría de Comercio Exterior.
Peru	Ministerio de Relaciones Exteriores, Sub-Secretaría de Asuntos Multilaterales. Proinversión. Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales, Vice-Ministerio de Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales.
Venezuela	Consejo Nacional de Promoción de Inversiones. CONAPRI. Ministerio de Industria y Comercio. Dirección de Inversiones. Superintendencia de Inversiones Extranjeras (SIEX).

#### Empresas: total 42

<b>Bolivia</b>	ASC Bolivia. Compañía Minera del Sur, COMSUR. Compañía Boliviana de Energía Eléctrica. United Furniture Industries Bolivia, S.A. Transredes, S.A. Maderera Boliviana Etienne, MABET, S.A.		
<b>Ecuador</b>	La Fabril, S.A. Industria Ecuatoriana Productora de Alimentos, INEPACA. Abn-Amro Bank. ATU Artículos de Acero. Occidental Exploration & Production Co. The Tesalia Springs Company S.A.	<b>Colombia</b>	Fabricato, S.A. Colombina. Petroquímica Colombiana S.A. Confecciones Leonisa. Suramericana de Inversiones, S.A.. Almacenes Éxito. Nacional de Chocolates. Industrias Alimenticias Noel. Colcafe. Organización Ardila Lule.
<b>Peru</b>	Colgate Palmolive Perú S.A. Mina Buenaventura S.A. British American Tobacco. Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Jhonston. Corporación José r. Lindley S.A. (INCAKOLA). Watts Alimentos Perú S.A. Grupo Repsol del Perú. Southern Peru Copper Corporation. Sud-Chemie Peru.	<b>Venezuela</b>	Motorola de Venezuela, S.A. Citibank. N.A. Mattel de Venezuela, C.A. Procter / Gamble de Venezuela, C.A. Toyota de Venezuela, S.A. Empresas Polar, S.A. MMC Automotriz, C.A. Banco Mercantil, S.A.I.C.A. Ford Motors de Venezuela, S.A.

### Anexo 3

#### Principales características de las agencias andinas de promoción de inversiones

País	Bolivia	Colombia	Ecuador	Perú	Venezuela
<b>Organización</b>	CEPROBOL Agencia Boliviana para la Promoción de Exportaciones e Inversiones	COINVERTIR Corporación Invertir en Colombia	CORPEI Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones	PROINVERSION Agencia de Promoción de la Inversión	CONAPRI Consejo Nacional de Promoción de Inversiones
<b>Año de creación</b>	1998	1992	1997	2002	1990
<b>Naturaleza</b>	Pública	Mixta: privada – pública	Privada *	Pública	Mixta: privada – pública
<b>Fuentes de financiamiento</b>	Público – Multilaterales	Mixto: privado – público Público los últimos 5 años	Privado	Público	Mixta: privada – pública
<b>Número de empleados</b>		7			20
<b>Misión</b>	Facilitar la inversión extranjera directa y promover las actividades empresariales foráneas en Bolivia.	Facilitar la inversión extranjera directa a través de cuatro funciones: servicio al inversionista ya instalado, servicio al inversionista potencial, mejora del clima de inversión, y promoción del país como receptor de inversión.	CORPEI es una institución privada sin fines de lucro, cuyo principal objetivo es contribuir al desarrollo económico de Ecuador, mediante el diseño y ejecución de la promoción de las exportaciones y de la inversión, guiando y coordinando las acciones de los sectores público y privado.	Promover las inversiones independientemente del Estado peruano, mediante agentes privados orientados a impulsar la competitividad del Perú y su desarrollo sustentable a fin de mejorar el bienestar de la población.	Promover la realización de inversiones que contribuyan al crecimiento económico y al desarrollo sustentable de la nación.
<b>Visión</b>	N/D	Atraer flujos de inversión al país, ser el centro de servicios de los inversionistas interesados en Colombia, ser el interlocutor de los inversionistas instalados en el país con el gobierno y coordinar actividades para el mejoramiento del clima de inversión.	Ser una organización profesional y técnica que, mediante un manejo eficiente del comercio y la promoción de inversiones en bienes y servicios con valor agregado, genere riqueza y empleo para el país, constituyéndonos en un aliado y facilitador tanto para el sector privado y público con reconocido prestigio nacional e internacional.	Ser una agencia reconocida por los inversionistas y la población como un eficiente socio estratégico dedicado al desarrollo de la inversión en el Perú.	Constituirse en el principal promotor e integrador de las iniciativas públicas y privadas orientadas a la expansión y consolidación de las inversiones en Venezuela.

País	Bolivia	Colombia	Ecuador	Perú	Venezuela
Tipo de actividades	Exportaciones – Inversiones	Inversiones	Exportaciones – Inversiones	Inversiones	Inversiones
<b>Oportunidades de inversión</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agricultura y agroindustria</li> <li>• Ganadería</li> <li>• Hidrocarburos</li> <li>• Industria (textil y de la confección)</li> <li>• Minería</li> <li>• Explotación forestal, maderera</li> <li>• Proyectos especiales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyectos forestales</li> <li>• Textiles y confección</li> <li>• Infraestructura de transporte</li> <li>• Infraestructura de telecomunicaciones</li> <li>• Turismo</li> <li>• Hidrocarburos</li> <li>• Minería - Energía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Petróleo</li> <li>• Minería</li> <li>• Industria camaronera</li> <li>• Industria bananera</li> <li>• Recursos biológicos</li> <li>• Infraestructura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agricultura</li> <li>• Acuicultura y pesca</li> <li>• Energía</li> <li>• Infraestructura de transporte</li> <li>• Minería</li> <li>• Turismo</li> <li>• Infraestructura comercial y social</li> <li>• Saneamiento</li> <li>• Proyectos de descentralización</li> <li>• Mercados de capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agroindustria</li> <li>• Automotor</li> <li>• Explotación forestal</li> <li>• Infraestructura</li> <li>• Manufactura</li> <li>• Minería</li> <li>• Petróleo, gas y petroquímica</li> <li>• Servicios eléctricos</li> <li>• Tecnología</li> <li>• Telecomunicaciones</li> <li>• Turismo</li> </ul>
<b>Flujos IED 2002</b>	US\$ 553 millones	US\$ 2.034 millones	US\$ 1.275 millones	US\$ 1.462 millones	US\$ 1.318 millones
<b>Monto acumulado IED 2002</b>	US\$ 6.392 millones	US\$ 19.375 millones	US\$ 9.686 millones	US\$ 12.565 millones	US\$ 31,710 millones
<b>Principales inversionistas por país de origen en los tres últimos años</b>	EE.UU. Argentina Países Bajos Brasil Italia	EE.UU. Países Bajos Islas Vírgenes Británicas Bermuda España Islas Cayman	EE.UU. Canadá Italia Alemania Panamá	EE.UU. España Reino Unido Países Bajos Chile	EE.UU. Países Bajos Chile Islas Cayman Colombia
<b>Principales sectores receptores de IED en los últimos cinco años</b>	Hidrocarburos Comunicaciones Electricidad y agua Servicios financieros Industria	Industria Electricidad, gas y agua Transporte y comunicaciones Minería Comercio	Minería Manufactura Comercio Agricultura, silvicultura, caza y pesca Construcción	Comercio Comunicaciones Finanzas Industria Minería Petróleo Telecomunicaciones	Transporte, almacenaje y comunicaciones Hidrocarburos Electricidad y agua Servicios financieros Industria manufacturera

\* Reconocida por el Estado como la entidad oficial para la promoción de exportaciones e inversiones en Ecuador.

Nota: Datos de flujos y monto acumulado de IED provenientes de las base de datos de la UNCTAD, Estadísticas sobre IED de DITE.

Fuente: sitios web Ceprobol.org.bo; Coinvertir.org.co; Corpei.org; Proinversion.gob.pe; Conapri.org

## Anexo 4

### Datos comparativos de la ASEAN, CAN y MERCOSUR

	<b>ASEAN</b>	<b>CAN</b>	<b>MERCOSUR</b>
Origen	1967 Declaración de Bangkok	1969 Acuerdo de Cartagena	1991 Acuerdo de la Asunción
Países miembros	Brunei Darussalam, Camboya, Indonesia, Laos, Malasia, Myanmar, Filipinas, Singapur, Tailandia y Vietnam	Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela	Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay (Bolivia y Chile, miembros asociados)
Tamaño del mercado (en millones de habitantes)	513	115	213
PIB 2001 combinado promedio anual 1996-2002	US\$ 601 miles de millones	US\$ 272 miles de millones	US\$ 921 miles de millones
Legislación de inversiones	Tratado del Área de Inversión de la ASEAN	1991 – Decisión 291 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, Régimen Común de Tratamiento a los Capitales Extranjeros y sobre Marcas, Patentes, Licencias y Regalías	1994 – Protocolo de Colonia para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones en el MERCOSUR (Intrazona). Protocolo sobre Promoción y Protección de Inversiones provenientes de Estados no Partes del MERCOSUR
Secretariado	Yakarta, Indonesia	Lima, Perú	Montevideo, Uruguay
Flujos de IED atraídos 1996-2002 promedio anual	US\$ 23 miles de millones	US\$ 9,7 miles de millones	US\$ 32 miles de millones
Monto acumulado de IED 2002	US\$ 306.919 millones	US\$ 70.100 millones	US\$ 315.000 millones
Acuerdos preferenciales	N/D	La Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de la Droga (ATPDEA), antes Ley de Preferencias Comerciales Andinas (ATPA), con EE.UU., que expira el 31 de diciembre de 2006 y excluye a Venezuela. El Régimen Especial de Preferencias Andinas (SGP Andino), que expira el 31 de diciembre de 2004.	N/D
Estructura institucional	Secretaría General, Conferencia de Jefes de Estado, Reunión de Ministros de la Economía, Consejo de la AIA (Asean Investment Area), Consejo de la AFTA (Área de Libre Comercio de la ASEAN), Comités integrados por los Jefes de las Misiones Diplomáticas en las siguientes ciudades: Bruselas, Londres, París, Washington D.C., Tokio, Canberra, Ottawa, Wellington, Ginebra, Seúl, Nueva Delhi, Nueva York, Beijing, Moscú e Islamabad.	Consejo Presidencial Andino, Secretaría General, Consejo Andino de Ministros de Relaciones Exteriores, Tribunal de Justicia, Comisión de la Comunidad Andina, Convenciones Sociales, Parlamento Andino, Universidad Andina Simón Bolívar, Corporación Andina de Fomento (CAF), Consejo Consultivo Laboral, Consejo Consultivo Empresarial, Fondo Latinoamericano de Reservas (FLAR).	Secretaría General, Consejo del Mercado Común (CMC); Grupo Mercado Común (GMC); Comisión de Comercio del MERCOSUR (CCM); Comisión Parlamentaria Conjunta (CPC); Foro Consultivo Económico-Social (FCES); Secretaría Administrativa del MERCOSUR (SAM).

## Anexo 5

### **El caso Motorola: desarrollo de sociedades con pequeñas y medianas empresas en la industria de la TCI**

En un esfuerzo conjunto, la Corporación Andina de Fomento (CAF) y Motorola han diseñado una estrategia para el aprovechamiento de sinergias y oportunidades de cooperación con las pequeñas y medianas empresas de la Región Andina en la industria de la informática, en el marco de un proyecto orientado hacia el desarrollo de tecnologías inalámbricas. El proyecto aspira a fomentar mecanismos de cooperación entre las pequeñas y medianas empresas, los proveedores de servicios y Motorola, bajo esquemas de transferencia tecnológica y de conocimientos técnicos, ampliamente conocidos como *know-how*, relacionados con la industria de la TCI, lo cual será coordinado a través de un programa de tareas. Las pequeñas y medianas empresas que participen del programa tendrán la oportunidad de adquirir tecnologías de punta mediante la participación de Motorola, con quien trabajarán para satisfacer las necesidades del mercado y el logro de niveles de calidad y servicio de talla mundial. Estas empresas se beneficiarán del *know-how* y confrontarán la calidad de su esfuerzo con ciertos patrones y normas de gerencia tecnológica suministrados por el programa. Un conjunto de lineamientos técnicos permite que compañías que manejan tecnologías y aplicaciones disímiles en la elaboración de productos Motorola adapten sus normas de proceso y producción a ciertas metas y requerimientos técnicos, a fin de normalizar y unificar las características específicas de los productos entregados.

Como resultado de este proceso de adiestramiento, las pequeñas y medianas empresas adquirirán una notable capacidad para atender diversas corporaciones en la industria de la TCI en todo el orbe. Con ello adquirirán la experticia que les permitirá superar los bajos niveles de confianza y credibilidad en sus servicios, razón por la que han tenido poca proyección en las economías desarrolladas. Por su parte, Motorola conocerá directamente, a través de programas de este tipo, los servicios y productos desarrollados por las pequeñas y medianas empresas del programa, las cuales podrían colaborar en el logro de múltiples soluciones de utilidad en Latinoamérica, Europa y Asia.

Un ejemplo específico de esta experiencia es el de la ciudad venezolana de Mérida, donde se ubica un nodo o *hub* de desarrollo tecnológico que alberga empresas con altos niveles innovativos pero carentes de la habilidad y el capital necesario para suministrar sus servicios a compañías en las economías desarrolladas. El proyecto conjunto CAF-Motorola permitirá a estas empresas, por ejemplo, cubrir dichas carencias para poder relacionarse comercialmente con empresas de nivel mundial. Si bien estas empresas efectivamente desarrollan habilidades iniciales bajo la guía de Motorola, podrán usar el logo de certificación de Motorola para trabajos directos con cualquier otro cliente. La primera etapa del programa incluye, actualmente, el desarrollo de aplicaciones de software, mientras que posteriormente se espera también comprenda el desarrollo de aplicaciones de hardware. La CAF, por su parte, suministra apoyo financiero y de investigación a las compañías que participan en el programa. Esquemas de este tipo han tenido comprobadas tasas de éxito con compañías en la India.

*Fuente:* UNCTAD, en base a datos suministrados por la División Andina de Motorola.

## Todo 1: integración andina sobre una plataforma tecnológica

Todo 1 es una muestra de integración andina. Promovido originalmente por el Banco Mercantil, un banco comercial venezolano, fue creciendo hasta convertirse en un negocio regional con la inclusión de otras instituciones financieras. Todo 1 comprende tres bancos asociados: desde Colombia, Bancolombia y Conavi (miembro del grupo Sindicato Antioqueño); desde Ecuador el Banco del Pichincha junto con Diners Club de Ecuador, y desde Venezuela el Banco Mercantil, junto con su subsidiaria estadounidense, Commercebank.

El negocio se ha organizado alrededor de dos subsidiarias que proveen servicios tanto a nivel individual como corporativo. Actualmente, Todo 1 coordina o está al frente del desarrollo de productos y servicios de distribución en línea por parte de los establecimientos promotores. Dichos establecimientos están interconectados por una plataforma informática común que les permite contactar a más de 5 millones de usuarios en los tres países andinos de Colombia, Ecuador y Venezuela, así como a más de 110.000 pequeñas y medianas empresas.

Los servicios para la clientela corporativa se distribuyen en cuatro áreas y están fundamentalmente dirigidos hacia la pequeña y mediana empresa: (1) una plataforma de pagos diseñada para el desarrollo de oportunidades de reducción de costos para instituciones financieras, incluyendo soporte en la realización de negocios-e; (2) un servicio bancario en línea que suministra a sus clientes herramientas electrónicas para el manejo de sus cuentas, la realización de pagos e inversiones, y apoyo a las instituciones financieras afiliadas en el otorgamiento de préstamos y suministro de asistencia financiera, así como de servicios bancarios en línea a sus clientes; (3) un portal de negocios B2B (negocio-a-negocio, por su expresión en inglés) con herramientas que facilitan y simplifican el manejo de procesos, tales como las operaciones de *back office* (interfase de administración del sitio virtual por parte de las empresas involucradas) y de nómina, al tiempo de integrar soluciones de data y administración, usualmente sólo disponibles a las grandes empresas, y (4) un mercado digital, es decir una comunidad de compradores y vendedores, diseñado para la realización de operaciones en línea y suministro de información sobre productos y pedidos, con soporte para la negociación de condiciones en línea. Esta facilidad ofrece a las empresas la capacidad de incursionar en los negocios-e en varias industrias a través de la región.

Esta última característica ha sido una de las más interesantes, ya que ha permitido que empresas en la región aprovechen las economías de escala y adquieran materia prima con ahorros de hasta 35% a través de subastas fundamentadas en la tecnología del sistema. Todo 1 trabaja actualmente en la integración de sus operaciones con las de los bancos asociados en la región. En este sentido, la reglamentación financiera y bancaria en cada uno de los países andinos es uno de los elementos que deben ser coordinados a fin de que el proyecto pueda trascender a su próximo estadio.

*Fuente:* UNCTAD, en base a entrevistas hechas a representantes del Banco Mercantil en Venezuela.

### **El caso del BolívarSat: los sectores público y privado de la Región Andina se asocian en la industria de las telecomunicaciones**

El mes de abril de 2002 fue testigo de la firma del acuerdo para el lanzamiento del sistema satelital Simón Bolívar (BolívarSat) por parte de empresas andinas a través de Andesat, una Empresa Multinacional Andina (EMA), y la compañía brasilera Star One. El sistema, cuya finalización está prevista para 2004, permitirá que los países andinos desarrollen su propia infraestructura de comunicación satelital.

El satélite tendrá una importancia significativa puesto que estas naciones estarán en capacidad de desarrollar aplicaciones en diversas áreas, tales como medicina remota y educación. En la actualidad, sólo los EE.UU., México, Brasil y Argentina poseen y operan sistemas y centros de control satelitales en el continente americano. La colocación del satélite en órbita hará posible la oferta de servicios a la Comunidad Andina, al MERCOSUR y al estado de La Florida en los EE.UU.

Los socios del proyecto son la brasilera Star One (51%) y Andesat, de la Comunidad Andina (49%). Star One, el socio operativo, participará con el grueso de la inversión necesaria para la construcción del satélite (cerca de US\$ 240 millones), en base a tecnología europea suministrada por Alcatel Spacecom, una subsidiaria de Alcatel (antiguo socio de la empresa) que desarrolla soluciones tecnológicas satelitales para telecomunicaciones, navegación, meteorología y aplicaciones científicas. Por su parte, AndeSat es una EMA (asociación surgida en función del proyecto satelital andino) que reúne a 43 inversionistas de todos los países andinos. AndeSat tiene su sede en Colombia, pero la responsabilidad de la coordinación del Sistema Satelital Simón Bolívar, de hecho, recae sobre la comisión venezolana reguladora de las telecomunicaciones, CONATEL, que es la responsable de todo el proceso de registro de la nueva red satelital ante la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) y de realizar todos los procedimientos formales ante el resto de los gobiernos a fin de evitar interferencias técnicas.

*Fuente:* Selección de casos. Departamento de prensa. Comunidad Andina de Naciones.