



THE WORLD BANK

**Personas de contacto:**

*En Washington, D.C.:* Nadine Ghannam

1 (202) 473-3011

[nsgghannam@ifc.org](mailto:nsgghannam@ifc.org)

## **Estudios del Banco Mundial muestran que más del 70% de los países pierden proyectos de inversión extranjera**

**Washington, D.C., 11 de mayo de 2009**-Según un nuevo informe del Grupo del Banco Mundial más del 70% de las agencias gubernamentales de promoción de inversiones desaprovechan oportunidades de inversión y generación de puestos de trabajo por no brindar información precisa y oportuna a los posibles inversionistas extranjeros.

*El Estudio Comparativo Mundial sobre la Promoción de Inversiones (Global Investment Promotion Benchmarking, GIPB) 2009* examina la eficiencia de la labor de estas agencias promocionando sus respectivos países con el fin de atraer a inversionistas extranjeros. El citado informe analiza la capacidad de las agencias de 181 países para influenciar el proceso de selección de los inversionistas extranjeros, mediante la evaluación de la respuesta de estas frente a dos proyectos: un centro de diseño de software y una empresa de producción de bebidas que buscan expandir sus operaciones. Según el informe, sólo 10 agencias de los 181 países hicieron el seguimiento necesario a los posibles inversionistas para asegurarse la obtención del proyecto.

"Si es difícil obtener información sobre un país, los inversionistas simplemente escogerán otro", dijo Cecilia Sager, una de los gerentes del Servicio de Asesoría del Clima de Inversión (Investment Climate Advisory Services) del Grupo del Banco Mundial. Asimismo señaló que con el clima global de desaceleración económica, la inversión extranjera directa continua ofreciendo posibilidades de crecimiento económico y creación de empleo. Sin embargo, para atraer inversiones es necesario que las agencias de promoción proporcionen un servicio profesional de facilitación que, desafortunadamente, muchos países no ofrecen.

El informe muestra que los esfuerzos de facilitación valen la pena. Por ejemplo, Sitel, un líder mundial en la subcontratación de servicios comerciales, se puso en contacto con PRONicaragua para solicitar información sectorial durante su proceso de expansión. PRONicaragua le suministró información detallada que ayudó a la mencionada compañía a elegir a Nicaragua como destino de inversión de un proyecto de \$5 millones, que generó 1.000 puestos de trabajo.

La Austrian Business Agency se colocó en el primer puesto a nivel mundial según el ranking del informe. Los países de ingresos medios están registrando un gran progreso a la hora de competir por las inversiones extranjeras, particularmente Brasil, Botsuana, Colombia, Lituania y Turquía. Los países de ingresos más bajos, como Honduras y Sri Lanka, que ofrecen sólidos servicios de facilitación, son la prueba de que el nivel de ingresos del país no está vinculado al rendimiento de las agencias de promoción.

*El informe de Estudio Comparativo Mundial de la Promoción de Inversiones 2009* es el segundo de una serie que trata sobre la capacidad de las agencias gubernamentales a la hora de actuar como intermediarios y atraer proyectos de inversión extranjera. Dicho informe utiliza una metodología originalmente puesta a prueba por el Organismo Multilateral de Garantía de Inversiones (MIGA por sus siglas en inglés). Esta iniciativa está liderada por el Servicio de Asesoría del Clima de Inversión, que ha sido fundado conjuntamente por la IFC, la MIGA y el Banco mundial. Si desea más información sobre este informe, visite [www.fias.net](http://www.fias.net)