

Índice detallado

Prólogo	10
Prefacio de la versión en español	11
Prefacio	12
Agradecimientos	13
Definiciones y abreviaturas	15
Resumen ejecutivo	16
Módulo I. El <i>Manual</i>	19
A. Antecedentes	19
B. Fundamento	20
C. Objetivos	21
D. Estructura y usos del <i>Manual</i>	21
Módulo II. Introducción a la Inversión Extranjera Directa	24
A. Elementos principales de la Inversión Extranjera Directa	24
1. Temas abordados	24
2. Objetivos	24
B. Definiciones	24
1. ¿Qué es la IED?	24
2. ¿Cuáles son las diferentes modalidades de IED?	25
C. Motores de la Inversión Extranjera Directa	26
1. IED en busca de mercados	26
2. IED en busca de eficiencia	27
3. IED en busca de recursos/activos	27
D. Factores determinantes de la localización	27
E. Proceso de toma de decisiones con respecto a la localización	29
F. ¿Cómo puede contribuir la IED al desarrollo económico?	30
G. Tendencias de inversión globales	32
H. Tendencias de inversión regionales	33
I. Tendencias de inversión	35
1. Empresas Multinacionales de mercados emergentes	35
2. Riesgo político	38
3. Nuevos actores	38
J. Conceptos destacados y recursos	40
1. Conceptos destacados	40
2. Recursos	41

Módulo III. Un marco para la promoción de inversiones	42
A. Introducción	42
1. Temas abordados	42
2. Objetivos	42
B. Por qué una ciudad debe promocionar inversiones	42
1. Impacto en la economía	42
2. Asimetrías de información en inversores	43
3. Beneficios para una ciudad que promueve inversiones.....	44
a. Diferentes objetivos de desarrollo económico	44
c. Facilitación de inversiones en territorio propio	44
d. Cómo atraer inversiones locales	44
C. Las funciones principales de una API	44
D. Estrategia	45
1. Comprensión del contexto político	45
2. Estrategia sectorial	46
E. Organización	46
1. Principios generales	47
2. Relación entre los niveles nacionales y locales	47
F. Marketing	48
G. Identificación de inversores	48
H. Facilitación de inversiones	49
1. Comprensión de los requisitos del inversor	50
2. Suministro de información	50
3. Paquetes promocionales	50
4. Manejo de la visita	50
5. Ventanilla única	50
I. Servicios de post-inversión y promoción de políticas públicas	51
1. Servicios de post-inversión	51
a. Retención de inversiones	51
b. Expansión de inversiones	51
c. Generación de oportunidades de inversión	51
d. Atracción de proveedores del exterior	51
e. Construcción de una red de proveedores locales	51
2. Promoción de políticas públicas	51
J. Conceptos destacados y recursos	52
1. Conceptos destacados	52
2. Recursos	52
a. Bibliografía de referencia	52
b. Recursos de consultoría	53
Módulo IV. Cómo desarrollar una estrategia de promoción de inversiones para la ciudad	55

A. Principales elementos de una estrategia de promoción de inversiones	55
1. Temas abordados	55
2. Objetivos	55
B. ¿Qué es un análisis FODA?	55
1. Fortalezas	56
2. Debilidades	57
3. Oportunidades	57
4. Amenazas	57
C. Cómo realizar un análisis FODA	57
D. Cómo identificar sectores estratégicos	59
1. Confección de una lista de sectores estratégicos potenciales	59
a. Sectores líderes de la ciudad	59
b. Sectores alineados con las fortalezas de la ciudad	59
c. Sectores con las mejores perspectivas en términos de IED	60
d. Sectores que pueden realizar el mayor aporte a la economía local	60
2. Evaluación y priorización de sectores	60
E. Cómo establecer metas de inversión	61
1. Metas de rendimiento de IED	61
2. Metas de actividad	62
F. Conceptos destacados y recursos	63
1. Conceptos destacados	63
2. Recursos	64
a. Datos y fuentes de información	64
b. Recursos de consultoría	64
Módulo V. Cómo desarrollar una agencia de promoción de inversiones para la Ciudad	66
A. Principales elementos de una agencia de promoción de inversiones	66
1. Temas abordados	66
2. Objetivos del módulo	66
B. ¿Cuáles son las opciones de estructura organizativa?	66
1. División o departamento de promoción de inversiones	67
a. División de promoción de inversiones	67
b. Departamento de promoción de inversiones	69
2. Agencia de Promoción de Inversiones (API) local	69
a. Grupo Directivo	70
b. Director / Unidad de Gestión Ejecutiva	70
c. Administración y finanzas	70
d. Marketing e investigación	71
e. Promoción de inversiones – Gerentes de proyecto	71
f. Facilitación de inversiones	71
g. Servicios de post-inversión y propuestas de políticas públicas	71

C. Visión, misión y carta de derechos del cliente	72
1. Visión	72
2. Misión	72
3. Carta de derechos del cliente	72
D. Cómo financiar una Agencia de Promoción de Inversiones (API) local.....	73
1. Los costos de la promoción de inversiones	73
a. Nueva API en una ciudad pequeña o mediana con flujos de inversión actuales limitados	75
b. Nueva API en una ciudad con una base de inversores significativa	76
2. Fuentes de financiamiento	76
E. Tipo de personal necesario	77
1. Equipo de marketing	77
2. Gerentes de proyecto	78
3. Servicios de facilitación	79
F. La importancia de las redes de cooperación	79
1. Redes en la ciudad	79
2. Redes en el país	80
3. Redes en el exterior	81
a. Agencias internacionales de desarrollo y promoción comercial	81
b. Empresas líderes de servicios profesionales	82
c. Embajadas y consulados en el exterior	82
d. Organismos internacionales	82
G. Conceptos destacados y recursos	82
1. Conceptos destacados	82
2. Recursos	83
Módulo VI. Cómo realizar el marketing de una ciudad para atraer inversores extranjeros	84
A. Principales elementos del marketing de una ciudad	84
1. Temas abordados	84
2. Objetivos	84
B. Introducción a la construcción de la imagen y al desarrollo de marca de una ciudad	84
C. Cómo desarrollar un eslogan para la ciudad	85
D. Cómo desarrollar mensajes de marketing	88
E. Cómo desarrollar material de marketing	90
1. Folleto promocional	91
2. Presentación de ventas	92
a. Preparación de la presentación	92
b. Exposición de la presentación	93
3. <i>Newsletter</i>	94
4. Sitio web	95

F. Conceptos destacados y recursos	100
1. Conceptos destacados	100
2. Recursos	100
Módulo VII. Cómo identificar inversores y generar oportunidades de inversión	102
A. Principales elementos de la identificación de inversores y la generación de oportunidades de inversión	102
1. Temas abordados	102
2. Objetivos	103
3. Identificación de inversores	103
4. Principales Factores de éxito clave	104
B. Cómo identificar inversores	106
1. Desarrollo de una base de datos de potenciales inversores	107
a. Uso de contactos existentes con potenciales inversores	107
b. Identificación de empresas inversoras en sectores estratégicos	108
c. Empresas en los principales países de origen IED y de flujos comerciales	108
2. Establecimiento de redes con organizaciones para generar oportunidades de inversión	110
a. Inversores extranjeros existentes	110
b. Empresas locales.....	110
c. Asociaciones con gobiernos y organizaciones internacionales	111
C. Cómo crear un perfil para los inversores identificados	111
1. Análisis y establecimiento del orden de prioridad de las empresas	111
2. Identificación de contactos en empresas objetivo	112
D. Cómo acercarse a los inversores	114
1. Correo directo y telemarketing	114
a. Correo directo	114
b. Telemarketing	115
2. Ferias comerciales de la industria/misiones en el exterior	117
a. Preparación previa al evento	117
b. Gestión de la feria: durante el evento	118
c. Seguimiento posterior al evento	118
3. Misiones de inversión inversas	118
4. Asesores y agentes de inversión	119
E. Cómo gestionar contactos corporativos	120
1. Sistema gestión de relaciones con el cliente	120
2. Desarrollo de relaciones	121

F. Uso de la diáspora para captar inversiones	121
1. Importancia de la diáspora	121
2. Desarrollo de una estrategia de IED a través de la diáspora	122
a. Establecimiento de una base de datos de la diáspora de la ciudad	122
b. Facilitación de condiciones para obtener inversiones a través de la diáspora	122
c. Mejora del suministro de la información a la diáspora	123
G. Conceptos destacados y recursos	123
1. Conceptos destacados	123
2. Recursos	124
Módulo VIII. Cómo facilitar el ingreso de inversiones	126
A. Principales elementos de la promoción de inversiones	126
1. Temas abordados	126
2. Objetivos	126
B. Cómo manejar los pedidos de información de los inversores	126
1. Análisis de un pedido de información	127
2. Manejo de un pedido de información	127
C. Cómo armar una propuesta para un inversor	128
D. Cómo coordinar la visita de un inversor	129
1. Importancia de la visita a la posible localización	129
2. Planificación de la visita	130
3. Después de la visita	131
E. Cómo utilizar una buena gestión para facilitar las inversiones	131
1. Ventanilla única para la facilitación de inversiones	131
2. Servicios de facilitación de inversiones	132
3. Hoja de ruta para la facilitación de inversiones	133
4. Incentivos para inversores	134
a. Tipos de incentivos	135
b. Asignación de incentivos	135
F. Conceptos destacados y recursos	136
1. Conceptos destacados	136
2. Recursos	137
Módulo IX. Cómo desarrollar servicios de post-inversión y promover políticas públicas	138
A. Principales elementos de los servicios de post-inversión y la promoción de políticas públicas	138
1. Temas abordados	138
2. Objetivos	138
3. Definición de servicios de post-inversión	138
4. Fundamento de los servicios de post-inversión	138
5. Aspectos críticos de los servicios de post-inversión	139

B. Cómo diseñar servicios de post-inversión	139
1. La relación entre los programas de servicios de post-inversión nacionales y locales	139
2. Objetivos y servicios a suministrar	140
a. Principios de un programa de servicios de post-inversión	140
b. Servicios específicos de una API local en la prestación de servicios de post-inversión	141
3. Identificación de grupos objetivo	142
4. Cronogramas de reuniones	142
5. Capacidades del personal	143
C. Cómo entablar una relación con un inversor estratégico	143
1. Preparación para una reunión estratégica	143
2. Durante la reunión estratégica	144
a. Tácticas para romper el hielo	144
b. Conversación inicial	144
c. Tono de la reunión	145
d. Cierre	145
3. Después de la reunión estratégica	145
D. Cómo mejorar el ambiente de inversión	146
1. La importancia de promover políticas públicas	146
2. Implementación de la promoción de políticas públicas	146
E. Conceptos destacados y recursos	147
1. Conceptos destacados	147
2. Recursos	148
Módulo X. Cómo avanzar en la promoción de inversiones en la ciudad	149
A. Acerca de este módulo	149
1. Temas abordados	149
2. Objetivos	149
B. Establecimiento de prioridades para la promoción de inversiones	149
1. Estrategia, organización y financiamiento	149
2. Marketing y facilitación de inversiones	150
3. Identificación de inversores, servicios de post-inversión y promoción de políticas públicas	150
C. Cómo monitorear y evaluar el éxito	150
D. Planilla de control para evaluar el progreso	151
1. Estrategia y organización	151
2. Marketing e identificación de inversores	153
3. Facilitación de inversiones	154
4. Servicios de post-inversión y promoción de políticas públicas	155
E. Conceptos destacados y recursos	155
1. Conceptos destacados	155
2. Recursos	156
a. Organizaciones que pueden prestar apoyo a la ciudad	156
3. Recursos adicionales para la promoción de inversiones	157