



> Volver

## > This Month

### Cinco formas de atraer la inversión empresarial en tu ciudad

Por Alejandro Chiappe – Líder de Sector Público en Grant Thornton Argentina



09 de mayo de 2016

Las ciudades se enfrentan a una dura competencia para obtener inversión empresarial que no sean capitales nacionales. ¿Qué pueden hacer para llamar la atención y sobre todo diferenciarse como un nicho de oportunidad?, se pregunta Alejandro Chiappe, líder de sector público de Grant Thornton Argentina.

Los funcionarios que administran ciudades saben que, si no cuentan con apoyo de inversores globales, van a tener que trabajar muy duro para atraer y retener en un marco sustentable la inversión empresarial. Con ciudades chicas la tarea es más complicada, pero posee una cara positiva que es la de obligarnos a innovar, ser creativos e imaginar alternativas que resulten en atributos positivos al momento de decidir una inversión por el sector privado.

La innovación no tiene que ser difícil. La mayoría de los funcionarios de la ciudad están buscando una epifanía que traiga grandes inversiones, pero en realidad, los trabajadores y las empresas simplemente quieren ir a un lugar en donde se sientan reconocidos y motivados. Este entorno que propicia la integración y amalgama para con la sociedad que los recepta, cultiva fuerza de trabajo productiva y creativa a largo plazo, y, sobre todo, genera empresas sustentables.

Hay cinco acciones que las autoridades municipales pueden hacer para iniciar el viaje hacia esa transformación.

#### 1) Haga de su ciudad un lugar donde los jóvenes quieren vivir, trabajar y jugar

Las empresas quieren invertir en ciudades con una mano de obra joven. Omaha, en el estado norteamericano de Nebraska, solía tener una población en su mayoría menores de 20 años y mayores de 45 años, y muy poco en el medio.

Las autoridades municipales reconocieron que la comunidad no puede prosperar sin el grupo demográfico que falta, por lo que se preguntaron ¿qué cosas tienen otras ciudades que hace que los jóvenes quieran experimentar y que nosotros no tenemos?

## Special Thanks to



Don't forget to add [info@ccab.com.ar](mailto:info@ccab.com.ar) to your address book and ensure our email is delivered to your Inbox!

¿La respuesta? Paseos fluviales, bulevares y distritos de artes. Ellos quieren estar en zonas céntricas, de fácil acceso, donde pueden reunirse, relajarse y divertirse con los amigos.

Omaha se rehízo en sí hace más de una década, apostaron a la transformación de su área industrial a orillas del río Missouri con paseos y puentes. Distritos de arte han surgido cerca del río también y más personas de todas las edades, están siendo atraídas a la ciudad por las actividades multiculturales.

Aparece así la necesidad previa de crear el ámbito propicio. Replantear y replanificar requerirá de una inversión inicial que, con una adecuada planificación estratégica, derivará en el desarrollo a largo plazo.

## **2) Usar buenos datos para contar una historia convincente sobre la ciudad**

Muchos gobiernos nacionales y federales requieren a sus ciudades publicar datos sobre el desempeño económico y social. A menudo, estas cifras se presentan en formatos que a veces no resultan muy atractivos para atraer a los inversores.

Ciudades que pueden ofrecer a las empresas buena información, concisa sobre los factores relevantes - el rendimiento económico, el bienestar de la población y donde se encuentran los empresarios, por ejemplo - serán las que atraen la inversión. Si pueden utilizar esos datos para contar una historia, aún mejor. Hay muchas herramientas disponibles que algunas ciudades ya han adoptado para ayudar a contar su historia.

Espoo, la segunda ciudad de Finlandia, ofrece un libro de bolsillo con estadísticas a mano, compartiendo datos sobre los niveles de educación, de empleo y de ingresos, un desglose por sectores del mercado laboral, las cifras de bienes raíces y mucho más.

Es sólo una pequeña muestra y acción de lo que Espoo está realizando a través de su participación en la *Six City Strategy*, una iniciativa que incluye a las seis ciudades más grandes de Finlandia, diseñada para fomentar "el desarrollo urbano inteligente y abierto".

El sitio web de la región de Helsinki Infoshare, parte de esta iniciativa, reúne los datos completos de toda el área de Helsinki Metropolitana, que incluye Espoo. El sitio ofrece información en profundidad sobre Espoo en 20 categorías, incluyendo la economía y los impuestos, puestos de trabajo e industrias. Todo lo que una empresa necesita para llevar a cabo su debida diligencia está allí.

Se manifiesta entonces la necesidad de "contar la historia" con transparencia y confiabilidad de los datos fuente y de una manera creativa y amigable. La construcción de una adecuada línea de base se hace necesaria para medir los progresos y manifestar las oportunidades de mejora y tendencias comparadas que permitan visualizar la posibilidad de inversión y crecimiento sustentable en un esquema de cooperación público / privada.

## **3) Construir un caso para posicionarse como un destino internacional**

Cuando un joven se une a una empresa, si ésta es internacional y puede ver su proyección de carrera en la misma, son de dos a tres veces más las probabilidades de que permanezca más tiempo desempeñándose laboralmente allí. Las empresas internacionales son más propensas a querer invertir en localizaciones internacionales.

La segunda ciudad del Reino Unido, Birmingham, se ha promovido mucho a sí misma como una ciudad internacional.

Por ejemplo, el lema del aeropuerto de Birmingham, "Hola mundo", refleja su posicionamiento como centro de viajes global que opera vuelos a Europa, Oriente Medio, el subcontinente indio, América del Norte y el Caribe y, más recientemente, China.

Birmingham City University se describe a sí misma como una "universidad internacional moderna y dinámica" con el personal, estudiantes y ex alumnos de más de 100 países.

El ayuntamiento tiene un equipo europeo de asuntos internacionales que supervisa la aplicación de la estrategia europea e internacional de Birmingham, y que establece la dirección para el compromiso global de la ciudad.

El mensaje también es transmitido en periódicos como el *Financial Times* que ejecutan titulares como "*¿Por qué Birmingham es ahora una de las mejores ciudades de Europa para los inversores?*".

*Nuevamente se pone de manifiesto la elaboración de un plan estratégico que, con objetivos claros, deliñe las acciones de gobierno y gestión necesarias para posicionar a una comunidad como una alternativa de localización de inversiones. Comunicaciones, en el sentido amplio de la palabra, y capacidad de generar o atraer talento, son elementos centrales en este aspecto cuando nos referimos a ciudades que por cuestiones geográficas no gozan de la fortaleza de la relativa proximidad.*

#### **4) Elegir y nombrar líderes visionaries**

El experto en ciudades inteligentes Uri Ben-Ari escribió recientemente: "*Cada programa de ciudad inteligente en todo el mundo comenzó con un alcalde visionario. Ningún programa de ciudad inteligente puede incluso tener éxito - o comenzar - y sin un alcalde visionario e inteligente*".

Las ciudades inteligentes están ganando terreno en todo el mundo. Utilizan tecnología y los sistemas de gestión inteligente para resolver los retos actuales y futuros, y ofrecer servicios innovadores a sus ciudadanos.

Israel, la "nación puesta en marcha" - no es ajena a las potencialidades de las ciudades inteligentes y Eilat fue la primera ciudad en Israel en adoptar el concepto. En 2012, el alcalde Meir Yitzhak Halevi nombró a Ben-Ari como su consultor de estrategia de ciudad inteligente y encargado de la formulación de su estrategia. Los resultados ya están empezando a surgir. Alrededor del 70% del suministro de energía diaria de Eilat ahora viene de fuentes renovables y los visitantes tienen acceso gratuito a Wi-Fi después de que funcionarios votaron para poner una nube de Internet a través de la ciudad. La Unión Europea ha concedido una subvención de € 500.000 a Eilat para establecer un "barrio alto" que comprende todos los aspectos de una ciudad inteligente.

Ya sea que decida atraer la inversión a través de erigirse como una ciudad inteligente o acentuando otra característica, es necesario un liderazgo visionario para entender lo que atraerá la inversión en el primer lugar y empujar a través de los cambios para que esto suceda. Para esto es necesario abrirse a las necesidades futuras y trabajar en conjunto con los líderes de los sectores que se estima encabezarán el desarrollo.

#### **5) Identificar y explotar su cachet**

Un informe del Banco Mundial, "*ciudades competitivas para el empleo y el crecimiento: qué, quién y cómo*", examina las características que conforman las ciudades competitivas a nivel mundial. Los investigadores dicen que todas las ciudades que identificaron como competitivas a nivel mundial tenían una clara estrategia para explotar sus ventajas competitivas.

Ciudades ejemplo de competitividad global no son solo las que uno a priori pensaría. La lista incluye a Bucaramanga en Colombia, que ha utilizado los

ingresos del petróleo para convertirse en un centro de conocimiento y desarrollo del aceite. Las autoridades municipales han invertido en universidades conocidas por sus investigaciones sobre la industria del petróleo, aumentando la disponibilidad de habilidades técnicas en el proceso. Bucaramanga es también el hogar del Instituto del Petróleo de Colombia, el brazo de investigación de la petrolera estatal Ecopetrol.

El informe también cita a Tánger, la tercera ciudad de Marruecos, pues ha pasado de "inactiva a dominante" en poco más de una década. La ciudad se ha regenerado en torno a su antiguo puerto y ahora cuenta con uno de los puertos más grandes de África, fábricas de automóviles, múltiples zonas francas, parques industriales y una industria turística floreciente.

Al igual que sus colegas en Bucaramanga y Tánger, las autoridades municipales de todo el mundo tienen que encontrar la única cosa que las ciudades rivales no tienen y que va a dar a los inversores una razón para venir.

A medida que la globalización hace que el mundo sea más pequeño, enfrentando a segundas ciudades contra rivales nacionales e internacionales, las autoridades municipales se enfrentan a una dura elección: adaptarse o contraerse. Como Omaha, Espoo, Birmingham, Eilat, Bucaramanga y Tánger, aquellos que se adaptan pueden mirar hacia adelante a un futuro rico en inversión. Sin embargo la solución a este dilema pasa por entenderse como parte de un todo más complejo. No aislarse. Quizá la integración con comunidades cercanas amplíe el horizonte de pensamiento y contribuya a crecer en la suma de los esfuerzos y capacidades creando la masa crítica y atractivos diversos que ofrezcan alternativas ampliadas para los potenciales inversores. Sin lugar a dudas, pensar en grande achica las brechas individuales.

[www.grantthornton.com.ar](http://www.grantthornton.com.ar)



Si no desea volver a recibir este newsletter haga [click aquí](#)