

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE HONDURAS
EN EL VALLE DE SULA**



TESIS

**INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN LA ZONA METROPOLITANA DEL
VALLE DE SULA Y PROPUESTA DE CREACION DE LA DIRECCION DE
PROMOCION EXTERNA**

SUSTENTADO POR

LICENCIADO IVAN OTONIEL BAQUEDANO BAQUEDANO

ASESOR

MAE. MARIA CONSTANCIA SANTOS

PREVIA OPCION AL TITULO EN EL GRADO DE:

**MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS
CON ESPECIALIDAD EN FINANZAS**

SAN PEDRO SULA, 2009

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE HONDURAS
EN EL VALLE DE SULA**



SEÑORA RECTORA POR LEY: LICENCIADA JULIETA CASTELLANOS

SECRETARIO GENERAL: ABOGADA EMMA VIRGINIA RIVERA MEJIA

DIRECTOR UNAH-VS: LIC. CARLOS ALBERTO PINEDA FERNANDEZ

DIRECCION DE ESTUDIO DE POST-GRADO

DIRECTOR DE POST-GRADO: DOCTOR ROLANDO AGUILERA LAGOS

COORDINADOR DE POST-GRADO UNAH-VS: DR. CLAUDIO ROJAS

SAN PEDRO SULA, 2009

DEDICATORIA

A mi esposa Mary, que ha sido mi apoyo y fuerza para alcanzar este objetivo, y a mi hijo Eduardo Daniel que supieron comprenderme en los momentos que me fue difícil estar al lado de ellos.

AGRADECIMIENTO

A Dios, porque fue él, quien puso en cada ser humano el sentimiento más grande y verdadero: “El amor”, y gracias a él existen hombres que día a día brinda su invaluable apoyo y luchan por enseñar y entregar sin reserva alguna, sus conocimientos.

A mi familia en general, esposa, hijo, padres y hermanos, que fueron pilar en el inicio de mis estudios.

A mi universidad a quien le deberé de por vida mi formación.

A mis compañeros por su apoyo incondicional, a los amigos y colaboradores en general por los momentos especiales que pasamos juntos.

A todos ellos mi más sincero agradecimiento, y que Dios les de siempre muchas bendiciones.

INDICE

RESUMEN.....	01
INTRODUCCION.....	03
Planteamiento del Problema a Investigar.....	05
Justificación de la Investigación.....	05
Objetivos de la Investigación.....	06
Hipótesis.....	07
CONTENIDO.....	08
I. Marco Teórico.....	09
II. Marco Filosófico.....	33
III. Marco Legal.....	39
IV. Marco Contextual.....	43
V. Metodología de la Investigación	45
RESULTADOS DE LA INVESTIGACION.....	48
ANALISIS Y DISCUSION DE LOS RESULTADOS.....	52
CONCLUSIONES.....	57
RECOMENDACIONES.....	59
ALTERNATIVAS PROBABLES DE SOLUCION AL PROBLEMA.....	
PLANTEADO E INVESTIGADO.....	61
ANALISIS DE LAS ALTERNATIVAS PROBABLES DE SOLUCION.....	63
SELECCIÓN DE LA ALTERNATIVA POSIBLE DE SOLUCION.....	66
PROPUESTA.....	67
ANEXOS.....	88
BIBLIOGRAFIA.....	118

RESUMEN EJECUTIVO

En los últimos años, una de las prioridades de muchos gobiernos, ha sido crear un ambiente más favorable a la inversión. Es evidente que la inversión extranjera desempeña un papel importante en la economía de un país.

Para hacer que la IED sea un instrumento de desarrollo es necesario crear un entorno más adecuado y abordar con criterio la aplicación de políticas industriales y la adopción de medidas macroeconómicas. Es indispensable coordinar estas políticas para evitar que ellas den lugar a efectos adversos que disuelvan o anulen sus beneficios.

Tal coordinación debe darse al interior de las distintas ramas del gobierno nacional y local. Además, para que la IED sea un instrumento de crecimiento económico es preciso establecer metas de desarrollo económico de largo plazo, atendiendo a las prioridades nacionales.

La inversión extranjera directa (IED) puede desempeñar un importante papel para transformar un país en desarrollo en una economía moderna y dinámica. Sin embargo, los países pequeños y pobres, como Honduras, se encuentran en una situación de desventaja cuando tratan de atraer IED en la medida necesaria para contribuir a la transformación de sus economías. Sus mercados internos son reducidos, y el acceso a los mercados es uno de los factores más poderosos para atraer ese tipo de inversiones.

Es todo ello lo que me ha motivado a desarrollar este tema para mi tesis , donde me propongo investigar los efectos de la Inversión Extranjera en la Zona Metropolitana del valle de sula, el nivel económico de la población ,la contribución de tipo social, la estabilidad macroeconómica y el apoyo al desarrollo de la mi pyme, que políticas se están aplicando para atraer la IED y de esta manera poder saber si es necesario fortalecer ciertas políticas o sustituir algunas otras con el fin de mejorar las perspectivas de la IED en Honduras.

Con el objetivo de contribuir a una mejor comprensión de las dinámicas alrededor de la Inversión extranjera El presente documento expone los principales conceptos asociados con el tema de Inversión Extranjera Directa (IED). Inicialmente se presentan varias definiciones de la IED provenientes de organizaciones internacionales y de la reglamentación nacional.

Además, se mencionan los diferentes tipos de IED, así como de los factores Motivadores que actúan a favor de la internacionalización de las empresas, se hace énfasis en los beneficios de la IED tanto para los países emisores como para los receptores y en los efectos negativos que surgen en las empresas y economías involucradas además se presentan los resultados de la investigación su análisis y discusión.

Posteriormente presento algunas conclusiones, recomendaciones las cuales me permiten identificar y analizar las alternativas probables de solución, para luego seleccionar una la cual convierto en propuesta como solución al problema planteado a través de la Creación de la Dirección de Promoción Externa dependiente de la Secretaria de Relaciones Exteriores la cual tendrá bajo su responsabilidad desarrollar el Plan de Promoción de Inversión Extranjera Directa para la Zona Metropolitana del Valle de Sula.

Toda la información que utilice en la presente investigación proviene de varios organismos internacionales entre otros la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Fondo Monetario Internacional (FMI), la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) y la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE).así como de instituciones nacionales como el programa nacional de competitividad, la asociación de municipios del valle de sula, el comité hondureño de la empresa privada la dirección general de promoción de comercio exterior e inversiones dependiente de la secretaría de industria y comercio. Además de los resultados obtenidos de la encuesta realizada a ejecutivos que trabajan para empresas extranjeras en el país.

INTRODUCCION

Los mayores niveles de internacionalización que han experimentado las economías desde comienzos de la década del 90, han sido posibles gracias a la reducción de barreras al comercio y a la inversión que han hecho los países. Esta reducción de barreras ha incrementado los flujos de inversión extranjera, así como los impactos que estos flujos generan en las economías. Como parte de su estrategia de crecimiento, los países diseñan programas que les permitan por un lado, atraer mayores flujos de inversión y extranjera, y por otro, retener los actuales.

Existen algunos factores que explican por qué actualmente los países enfrentan dificultades para captar IED. Primero, en la era de la globalización no bastan los recursos naturales para crear un ambiente que atraiga inversiones. A los inversionistas aún les interesan los recursos naturales, pero también tienen en cuenta que haya mano de obra barata, fuerza de trabajo calificada y buena infraestructura física.

En segundo lugar, también ha habido deficiencias importantes en la promoción de inversiones que buscan lograr una mayor eficiencia. Los inversionistas movidos por este objetivo centran su interés en la productividad de la mano de obra, el costo de los recursos, el valor de los insumos y la participación del país en mecanismos de integración regional.

En tercer lugar, los países tampoco aplican políticas industriales eficaces que formen parte de un programa de desarrollo a largo plazo. En general, frente a la IED han optado por el criterio de "mientras más, mejor", privilegiando la balanza de pagos o el financiamiento externo. No se establecen metas de IED ni objetivos de desarrollo nacional específicos, como aumentar la competitividad a nivel internacional, intensificar la industrialización o fomentar la transferencia de tecnología y de buenas prácticas de gestión, ha habido evidente ausencia de promoción y falta

de vínculos entre los distintos programas, lo cual explica que no se observen efectos indirectos positivos. Los vínculos son indispensables para Canalizar la información y las destrezas de las filiales extranjeras hacia las empresas locales.

Honduras se está abriendo a la inversión extranjera directa (IED) con leyes incentivadoras como la Unión Aduanera Centroamericana y la ratificación del Tratado del Libre Comercio (TLC) con Estado Unidos. Sin duda Honduras posee infinidad de oportunidades de negocios tanto en los sectores tradicionales y no tradicionales (forestal, Textil y agroindustrial).

En los últimos 10 años aproximadamente 300 compañías han establecido operaciones en Honduras obteniendo excelentes niveles de eficiencia

La inversión extranjera directa (IED) ha encontrado en Honduras un terreno fértil para desarrollarse, entre otra cosa por su ubicación geográfica, estabilidad macroeconómica y una mayor apertura comercial y disponibilidad de mano de obra Las corrientes de IED en Honduras han experimentado un desenvolvimiento positivo y creciente en los últimos años, resultado del comportamiento estable de las principales variables macroeconómicas y a las condiciones favorables para la inversión extranjera.

Datos estimados por el Banco Central de Honduras (BCH) muestran que la recepción de IED en Honduras durante el 2008 fue de US\$ 877 millones, lo que representa una disminución del 5.97% en relación al monto de la inversión alcanzado en el 2007. Durante el 2007 fue de US\$ 929.3 millones, lo que representa un aumento del 37.9% en relación del monto de inversión alcanzado en el 2006, que fue de US\$ 674.1millones.

Planteamiento del problema a Investigar

¿Cuáles son los efectos de la Inversión Extranjera Directa en la Zona Metropolitana del Valle de Sula de Honduras?

Justificación de la Investigación

La IED como Parte fundamental del desarrollo de un país nos interesa conocer cuál es el impacto y de qué manera contribuye la inversión extranjera Directa en la Zona Metropolitana del Valle de Sula de Honduras, investigar que esfuerzos se han hecho y que falta por hacer ya que siempre escuchamos que la IED genera empleos de mayor calidad al demandar recurso humano calificado con mayor nivel de educación, que capta recursos sin aumentar endeudamiento y ofrece capital a sectores que no tienen acceso al financiamiento.

La IED incrementa el monto que el país recibe por exportaciones y crea el ambiente productivo necesario para generar empresas exportadoras más competitivas.

Las alianzas estratégicas de integración realizados en países exitosos mejoraron el valor agregado de sus productos.

La IED contribuye a aumentar el ingreso *per cápita* y a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, con un impacto social positivo.

Si todo lo anterior es bueno para otros países debería ser bueno para nosotros creando las condiciones necesarias para tal propósito.

Objetivo de la Investigación

Objetivo General:

Determinar los efectos de la Inversión extranjera directa en la Zona Metropolitana del Valle de Sula de Honduras, Analizar las políticas aplicadas por Honduras para atraer la Inversión Extranjera Directa, y que estas nos permitan identificar si están bien diseñadas para atraer dicha inversión y como estas incentivan al desarrollo económico del país.

Objetivos Específicos

- Identificar los problemas actuales para atraer la IED en Honduras, conociendo en que aspectos importa profundizar y corregir las actuales deficiencias del proceso de ingreso y desarrollo de la inversión extranjera, planteando soluciones específicas que se puedan implementar en el corto y mediano plazo.
- Analizar si la inversión extranjera directa ayuda a mejorar el nivel económico de la población de la Zona Metropolitana del Valle de Sula de Honduras.
- Identificar la contribución de tipo social que genera la Inversión extranjera directa en la Zona Metropolitana del Valle de Sula de Honduras.
- Identificar si la Inversión extranjera directa en la Zona Metropolitana del Valle de Sula de Honduras ayuda a consolidar la estabilidad Macroeconómica.
- Analizar si la Inversión Extranjera directa en la Zona Metropolitana del Valle de Sula de Honduras contribuye al desarrollo de la MIPYME.

Hipótesis

HT1 Si existe Inversión Extranjera Directa en la Zona Metropolitana del Valle de Sula de Honduras entonces mejora el nivel económico de la población.

HT0 Si existe Inversión Extranjera Directa en la Zona Metropolitana del Valle de Sula de Honduras, entonces NO mejora el nivel económico de la población...

HT2 Si existe inversión Extranjera Directa en la Zona Metropolitana del Valle de Sula de Honduras entonces la población recibe beneficios de tipo social.

HT0 Si existe inversión Extranjera Directa en la Zona Metropolitana del Valle de Sula de Honduras entonces la población NO recibe beneficios de tipo social.

HT3 Si existe Inversión Extranjera Directa en la Zona Metropolitana del Valle de Sula de Honduras, entonces se consolida la estabilidad Macroeconómica.

HT0 Si existe Inversión Extranjera Directa en la Zona Metropolitana del Valle de Sula de Honduras, entonces NO se consolida la estabilidad Macroeconómica.

HT4 Si existe inversión Extranjera Directa en la Zona Metropolitana del Valle de Sula de Honduras entonces esta contribuye al desarrollo de PYME.

HT0 Si existe inversión Extranjera Directa en la Zona Metropolitana del Valle de Sula de Honduras entonces esta NO contribuye al desarrollo de PYME.

CONTENIDO

¹MARCO TEÓRICO

Los mayores niveles de internacionalización que han experimentado las economías desde comienzos de la década del 90 han sido posibles gracias a la reducción de las barreras al comercio y a la inversión que han hecho los países. Esta reducción de barreras ha incrementado los flujos de inversión extranjera, así como los impactos que estos flujos generan en las economías como parte de su estrategia de crecimiento, los países diseñan programas que les permitan por un lado, atraer mayores flujos de inversión extranjera y por otro retenerlos actuales.

Con el objetivo de contribuir a una mejor comprensión de las dinámicas alrededor de La Inversión Extranjera Directa (IED) a continuación se presentan las principales definiciones que han elaborado importantes organismos nacionales e internacionales. Así mismo, se presentan las principales ventajas y dificultades que tiene una firma cuando invierte en otro país.

FMI (Fondo Monetario Internacional):

La IED, se da cuando un inversionista residente (inversionista directo), tiene como objetivo obtener una participación duradera en una empresa residente en otra economía o país (empresa de inversión directa.)

En esta participación se asumen los siguientes dos elementos:

1. la condición de largo plazo entre el inversionista y la empresa;
2. un grado significativo de influencia en la empresa y su manejo por medio de una propiedad accionaría de un porcentaje determinado.

OMC (Organización Mundial del Comercio).

¹ Manual de estadísticas de La UNCTAD 2005

La inversión extranjera directa ocurre cuando un inversor establecido en un país (origen) adquiere un activo en otro país (destino) con el objetivo de administrarlo. La dimensión del manejo del activo es lo que distingue a la IED

De la inversión de portafolio en activos, bonos y otros instrumentos financieros. En la mayoría de los casos, el activo es administrado en el extranjero como firma del mismo negocio.

Cuando esto sucede, el inversor se conoce como casa matriz» y el activo como (afilada) o “subsidiaria” Agencia Multilateral de Garantías para la Inversión (Banco Mundial) “Inversión extranjera significa adquirir intereses de largo plazo en una empresa que esté operando en otro país diferente al del inversor. El propósito del inversor es el de tener una voz participativa en el manejo de dicha empresa en el extranjero”.

Cuando se habla de inversión extranjera se puede estar haciendo referencia a alguna de las siguientes dos modalidades:

Inversión Extranjera directa: es aquella que proviene de una persona natural o jurídica del Exterior, cuyo capital es invertido en un país con la intención de tener injerencia directa de largo plazo en el desarrollo de una firma. Esta inversión se puede realizar mediante la participación en otras empresas ya establecidas o por medio del establecimiento de una filial de la empresa inversora.

Inversión de portafolio: es la inversión que se realiza a través del mercado de valores, es decir, mediante la compra de acciones, bonos y otros títulos financieros que pueden tener rentabilidades fijas o variables. Vale la pena aclarar que a diferencia de la inversión directa, esta inversión no se hace con fines de control, sino con el objetivo de obtener rentabilidades de corto y mediano plazo, por medio de la valorización o rendimientos que genere el activo que se adquiera. Este tipo de inversión es más flexible y no implica necesariamente un compromiso de largo plazo para el inversionista. Por responder a diferentes motivan Tes. y genera diferentes implicaciones.

La IED se puede clasificar en las siguientes categorías:

Alianzas de riesgo compartido: son alianzas en las que los socios de un país extranjero comparten la propiedad y el control de una empresa, la mayoría de las veces nueva, con socios del país anfitrión. El riesgo inherente en esta empresa nueva se asume de manera compartida entre socios locales, quienes conocen el mercado, y socios extranjeros, quienes generalmente traen conocimiento especializado o tecnología.

Compra de empresas existentes: en este caso, el inversionista extranjero adquiere la totalidad de los activos de una empresa existente en el país de destino. La compra de una empresa ya establecida, reduce los costos de inversión en posicionamiento de marca y de canales de distribución.

Montaje de empresas: hace referencia a la apertura de un establecimiento de carácter permanente en el país destino con el fin de llevar a cabo su actividad productiva o de prestación de servicios. Este tipo de inversión, permite aprovechar en mayor grado las ventajas de propiedad e internacionalización, al asumir en su totalidad el proceso productivo, y al mismo tiempo, aprovechar las ventajas de localización del país escogido.

Licencias y Franquicias: en esta opción, el inversionista extranjero vende a unos socios locales el derecho continuo de usar la marca, tecnología y Know How que le han permitido consolidar un negocio exitoso. Esta opción permite a los inversionistas disminuir la incertidumbre proveniente de abrir operaciones en un mercado nuevo y expandir el negocio sin necesidad de mucho capital (pues el franquiciario debe aportar generalmente el capital inicial). Por otro lado, para quien invierte en ellas, puede ser un mecanismo rentable, ya que reduce gran cantidad de costos como

consolidación de marca, de desarrollo de producto, capital para iniciar el negocio, entre otros.

Los retos y oportunidades que adopte un país son un elemento importante para su crecimiento económico en el cual la economía se ajusta a las nuevas realidades del mercado y sus relaciones sociales, así como a las transformaciones comerciales y tecnológicas mundiales lo cual implica homologación de la economía con la de los principales centros de desarrollo económico, para lo cual requiere fortalecer la inversión privada e incentivar la inversión foránea eliminando regulaciones y control de precios nacionales e internacionales y reduciendo restricciones en los campos financieros, fiscales, comerciales, de inversión y monetarios.

Motivantes De Las Firmas Para Internacionalizarse

1. Razones para exportar o invertir en el exterior: Lo que motiva la decisión de un empresario de penetrar un² mercado por medio de inversión extranjera directa, tiene mucho en común con lo que motiva a los empresarios a exportar. A nivel general, se puede decir que toda decisión de internacionalización vía exportaciones o inversión, responde al aprovechamiento de una oportunidad comercial que se ha detectado en otro país. Este interés puede estar motivado por los siguientes factores.

1.1 Acceso a nuevos mercados: La internacionalización significa para las empresas acceder a terceros mercados que brinden oportunidades de ventas y crecimiento. Cuando las empresas son líderes en el mercado local o el mercado se encuentra ya saturado, la demanda nacional se torna insuficiente para apalancar el incremento de las ventas de la compañía, lo que la incentiva a buscar alternativas en el exterior. A su vez, muchas de estas empresas pueden enfrentar un exceso en la capacidad de producción que convierte el mercado internacional en la mejor salida para asegurar la continuidad de sus ventas. La decisión de una empresa de buscar mercados extranjeros se explica también a través del ciclo de vida del producto. El ciclo de vida es una teoría desarrollada por Dean (1951) en la cual se explica como

² OECD Glosario de términos y definiciones de IED 03 de Octubre 2005

un producto o marca atraviesa diferentes etapas de “vida” asociadas al comportamiento de las ventas: introducción, crecimiento, madurez, saturación y declinación. Cuando un producto ya se encuentra en la etapa de saturación en el mercado nacional, su demanda no crece y es probable que la única forma de conseguir una mayor fracción de mercado sea buscando un mercado internacional en el cual expandirse. Según los autores Daniels y Radebaugh (2000), las firmas en países pequeños tienen una mayor necesidad de internacionalizarse, ya que el reducido tamaño de sus economías implica una saturación más acelerada de sus mercados.

1.2 Aprovechamiento de economías de escala y de alcance: El acceso a un mercado internacional en ocasiones puede responder al interés que tiene una empresa en aumentar sus niveles de producción, con el fin de bajar el costo promedio por unidad producida y así aprovechar las economías de escala. Esta reducción de costos puede deberse a una mayor dispersión de los costos fijos a causa del mayor número de unidades producidas, a compra de materias primas a menor costo, o al aprendizaje obtenido gracias a una producción a mayor escala. “Bruce Henderson en conjunto con el Boston Consulting Group, ha demostrado al respecto que por lo general una compañía es capaz de reducir sus costos aproximadamente en un 25% cada vez que duplica su producción, fenómeno al que se conoce como curva de experiencia” (Daniels (2000) Por otro lado, el abarcar un mayor número de mercados permite a las firmas diversificar su oferta de productos. Ampliaciones de este tipo dan igualmente lugar a las economías de alcance; una reducción en costos que surge gracias a que algunas veces es más eficiente producir conjuntamente 2 bienes distintos que producir cada uno de los bienes por separado. Esto es posible gracias a las sinergias logradas al compartir los activos existentes en la producción como puede ser la tecnología, la integración de plantas o una marca posicionada.

1.3 Diversificar riesgo: Esta idea se identifica con el viejo refrán “no hay que poner todos los huevos en una misma canasta”. El objetivo es distribuir el riesgo entre

varias posibilidades de manera que el resultado negativo de alguna pueda compensarse con el resultado positivo de otra. En el caso específico de La IED, contar con una demanda conformada por distintas nacionalidades permite que los efectos negativos de los ciclos económicos de un país no influyan tan significativamente en las ventas de la empresa. Así mismo, es cierto que al aumentar la base de clientes de la empresa, ésta disminuye su vulnerabilidad ante la pérdida de algún grupo de clientes. Sin embargo, los autores Van Horne y Wachowicz (2002) nos advierten que no hay que pecar por ingenuos. Es decir que no basta únicamente con reunir activos en distintos países, sino que también debe tenerse en cuenta el factor de la covarianza o correlación entre las opciones de inversión. Para lograr la diversificación correcta es preciso contar con opciones que no estén correlacionadas o que lo estén de manera negativa; en otras palabras, que los factores que afectan negativamente a una economía no afecten o beneficien a la otra, resguardando así el capital de la empresa inversora. Lo anterior significa que un grupo de mercados con economías demasiado dependientes no presentarían una protección de riesgo adecuada para una empresa.

2. Razones específicas para invertir en el exterior: ahora se hará énfasis exclusivamente en los incentivos que tienen las firmas para realizar inversiones por fuera del país. Antes de evaluar los motivantes que se tienen al realizar una IED, es ³importante aclarar que las empresas no se enfrentan a la decisión

- Complementar su actividad exportadora con IED (montaje de una distribuidora y/o una planta de producción).
- Realizar una IED como primera opción, sin haber pasado por exportaciones.
- Dejar de exportar para realizar IED.

2.1 Razones de costos de Transporte: Las exportaciones que deben recorrer largas distancias pueden implicar altos costos de transporte que impactan la rentabilidad del negocio. Especialmente empresas con productos de mucho peso

³ FIDE (Fundación para la Inversión y desarrollo de exportaciones).

relativo a su poco valor y que no necesitan insumos de una región en particular, pueden resultar buenas candidatas para preferir La IED sobre las exportaciones.

Costos de insumos: La presencia en otros mercados permite la cercanía a proveedores claves que brindan el acceso a insumos de menores costos o materias primas especializadas. Este es el caso típico de las compañías petroleras que deben desplazarse para obtener los insumos necesarios.

Costos laborales: La mano de obra barata es también un factor que incentiva la inversión extranjera directa. Este incentivo está presente sobre todo para empresas provenientes de países industrializados que trasladan sus operaciones a países en vía de desarrollo con el fin de reducir los costos laborales.

Multinacionales en busca de mano de obra: Honduras es el proveedor más importante de maquila hacia Estados Unidos.

En el 2005 se ubicó como el tercer exportador de ropa hacia Estados Unidos, siendo superado únicamente por China y México.

Uno de los principales motivos del desarrollo de esta industria maquiladora en Honduras es el bajo costo de los salarios en el país; la falta de empleo y la poca educación del recurso humano han empujado a la baja el costo salarial, hasta convertir al país en un gran receptor de inversiones provenientes de empresas de confecciones y textiles intensivas en mano de obra. Sin embargo, el bajo costo de la mano de obra no es el único factor que puede atraer la IED; la competitividad puede medirse también a otros niveles como es el grado de capacitación de población.

Costos arancelarios e incentivos fiscales: Las barreras arancelarias pueden resultar un costo demasiado alto para algunas empresas; esto las incentiva a tomar la decisión de esquivarlo trasladando la producción al país destinatario.

Las ventajas de saltar barreras arancelarias se potencializan aún más, cuando el país escogido sirve como plataforma para acceder a otros mercados con los que tenga tratados de libre comercio. También es cierto que muchos países consideran la llegada de IED como fuente de empleo, crecimiento y progreso.

Los Incentivos fiscales por parte del país anfitrión intentan atraer inversión del exterior mediante disminución de impuestos; esto es de gran importancia para las empresas extranjeras porque disminuye los costos de invertir.

2.2 Razones de mercado: Por medio de La IED la empresa puede obtener mayores beneficios gracias a las ventajas provenientes de la cercanía al mercado objetivo.

Flexibilidad: La presencia en el mercado extranjero permite una mayor capacidad de respuesta ante el cliente; cuando se llega a otro mercado a través de exportaciones, el cumplimiento con los clientes directos debe estar sujeto a los costos de transacción, entre ellos el tiempo, propios del proceso mismo.

Al realizar IED dichos costos disminuyen y la respuesta de la empresa, que es la encargada directa del producto, es más eficiente. El ser el encargado directo de la penetración en el mercado externo, le da a las organizaciones la posibilidad de adecuar su estrategia de la manera que crea más conveniente. La empresa inversora⁴ es la encargada directa de su plan de ventas lo que hace posible proyectar una imagen local y lograr una mayor adaptación del producto a las necesidades específicas del mercado.

Así mismo, la flexibilidad se refleja en la capacidad de la empresa para escoger el recurso humano, sus proveedores y estrategias de logística. Cuando la venta del producto involucra un proceso personalizado que requiere un alto acercamiento al cliente y rapidez de respuesta, las ventajas de la presencia en el extranjero se hacen más evidentes.

⁴ CCIC (Cámara de Comercio e Industrias de Cortes).

Mayor Posicionamiento: La cercanía también facilita la consolidación de una marca en el mercado a través del posicionamiento de la misma ante clientes y proveedores. A su vez un mejor posicionamiento es fundamental para ser más competitivo en el mercado extranjero en cualquiera de los siguientes escenarios. Cuando la empresa se encuentra en desventaja frente a la competencia local puede mejorar su posición competitiva frente a los que ya están en el mercado. b. Al ser la empresa la primera en llegar al mercado y obtener reconocimiento, obstaculiza la entrada de otras empresas que deben pasar por el mismo proceso con la desventaja de ser los segundos en llegar.

Control: Cuando la presencia en un mercado internacional no se tiene de manera directa sino a través de terceros, como ocurre cuando se exporta, y es un distribuidor internacional el que maneja el producto en el mercado destino, se pierde el control sobre procesos que son fundamentales para la compañía. En muchos casos las firmas no están dispuestas a entregar información a terceros sobre aspectos relacionados con la producción, mercadeo y logística de su negocio, por lo que deciden manejarlo directamente.

Beneficios De La Inversión Extranjera Directa: Cuando se habla de los beneficios de la IED hay que diferenciar entre los beneficios que obtienen el país receptor y los adquiridos por el país emisor.

Para los países receptores: La IED contribuye al desarrollo de los países y de sus economías a través del impacto que genera sobre las siguientes variables.

Crecimiento y empleo: La IED que ingresa a un determinado país representa nuevos flujos de capital que llegan a dinamizar la demanda agregada, aportando de esta forma al crecimiento económico del país. Adicionalmente, los flujos de capital provenientes de la IED son por lo general estables pues están ligados a la construcción de bienes inmuebles y en general a proyectos de largo plazo; esto hace que este tipo de inversión sea mucho más deseable que la inversión de portafolio,

pues en esta última la inversión solamente permanece cuando la rentabilidad es favorable. Al menor amago de una mejor rentabilidad en otros mercados, los capitales de la inversión de portafolio “vuelan” a otras tierras y de ahí el nombre de “capitales golondrina”. La IED también aumenta los niveles de competencia al interior de un país; En algunos casos, los productores nacionales se ven obligados a mejorar su estructura de costos y/o a sacrificar una mayor parte de sus utilidades con el fin de disminuir el precio de los productos para hacer frente a la nueva competencia y poder así mantenerse en el mercado. La consecuencia de lo anterior es el incremento en la productividad de los factores y la aparición de precios más favorables para los consumidores. Por otro lado, el aumento en productividad nos conduce nuevamente al crecimiento económico del país.

Tecnología y conocimiento: La IED estimula la transferencia de tecnología y de conocimientos especializados que a su vez traen consigo aumento de la productividad. En otras palabras La IED “estimula la eficiencia y el cambio técnico *en* las firmas e instituciones locales, los proveedores, clientes y competidores; proveyendo asistencia, actuando como modelos de comportamiento, o intensificando la competencia. De igual modo, esta tecnología podría tener efectos positivos sobre el medio ambiente; las empresas multinacionales que realizan las inversiones tienen acceso a las últimas tecnologías de producción limpia y manejo ambiental, por lo que se podría esperar que su entrada al nuevo mercado no atentara contra los recursos disponibles; además, cabe la posibilidad de motivar la transferencia de esta tecnología a las empresas locales.

Acceso a bienes y servicios: El arribo de este tipo de inversión implica también una oportunidad para el mercado receptor de conocer nuevos productos o servicios para ofrecerlos a los consumidores. Estos compradores a su vez pueden ser grandes beneficiados debido a que la competencia no sólo reduce los precios de los productos sino que también presiona a los empresarios nacionales para que se mejore la calidad y el servicio que prestan al cliente.

Fortalecimiento de la estructura productiva y comercial de las empresas:

Gracias a la gran diversidad de conocimiento a nivel mundial, las empresas de los países emisores tienen la oportunidad de acceder a información para retroalimentar sus sistemas de producción y comercialización y de esta manera hacerse más competitivas. Además "Las trasnacionales, tienen acceso mundial a individuos con habilidades y conocimientos que pueden ser transferidos a sus filiales en el extranjero. Estas capacidades mejoradas y adaptables, junto con nuevas prácticas organizacionales y técnicas gerenciales, pueden contribuir a la generación del capital humano que los mercados requieren. El establecimiento de empresas en el exterior puede coadyuvar a que el factor humano se comparta, lo que también puede significar un beneficio para el país emisor.

Las multinacionales de los países en vía de desarrollo no pueden generar ventajas competitivas relacionadas con la alta tecnología; sus ventajas en cambio, se basan en elaboraciones especiales con tecnología altamente difundida, técnicas especializadas de mercadeo u otras habilidades gerenciales. Este tipo de conocimiento especializado puede significar beneficios para las empresas emisoras al retroalimentar sus operaciones, con el fin de adaptarlas y aplicarlas luego en otros mercados similares o incluso en el local.

Reintegros y utilidades adicionales: Los países emisores son igualmente receptores de las utilidades provenientes de las empresas inversoras que han incursionado exitosamente en nuevos mercados. Algunas de las utilidades de estas multinacionales son repatriadas al país de origen; igualmente las remesas de los asalariados que trabajan en el exterior son reintegradas a la economía nacional, aunque este valor puede poco significativo si la multinacional prefiere contratar mano de obra en el país receptor. En todo caso el efecto positivo de esta entrada de divisas al país emisor se refleja en la cuenta corriente de la balanza de pagos. Adicionalmente, la conexión con nuevos mercados promueve la exportación de otros bienes de las economías emisoras hacia los países en donde se ha realizado inversión. Estos bienes están por lo general relacionados con la producción como

insumos, componentes, maquinaria o servicios y su exportación se registra también como un ingreso en la balanza de pagos del país emisor.

Tecnología: El país emisor puede aprovechar el desarrollo tecnológico del país en el que se está invirtiendo y apropiarse de esa tecnología, ya sea aplicándola a la inversión realizada o trasladándola al país de origen para usarla en la producción local. Lo anterior aplica más para los países en vía de desarrollo que invierten en países industrializados. Para los países industrializados la ventaja de invertir en países no tan desarrollados, radica en que la transferencia o venta de su tecnología se convierte en una forma de incentivar la IED; en la medida en que las empresas tienen una base más grande sobre la cual recuperar la inversión de recursos destinados a esta causa. Adicional a esto, estas empresas pueden aumentar su conocimiento tecnológico mediante la retroalimentación derivada de requerimientos de escalas, materiales y necesidades del mercado que deban ser enfrentadas por el equipo tecnológico.

Dificultades derivadas de la Ley

Realizar IED implica a su vez enfrentarse a los riesgos y dificultades inherentes a la exploración de un mercado nuevo en un país diferente. Aunque La IED es un estrategia de ingreso a otros países con muchas ventajas y beneficios significativos para las empresas, hay que tener en cuenta que involucra mayores niveles de riesgo⁵ que otras alternativas como exportar, realizar contratos de licencias, acuerdos técnicos, de servicios, de manufacturas o acuerdos de Co-producción. Los costos de invertir en el exterior están casi siempre asociados a la incertidumbre que produce el desconocer el “ambiente” del país destino, el reto de luchar contra los nacionalismos y los riesgos de una exploración infructuosa. La gran mayoría de estos costos pueden⁶ surgir de las diferencias legales, culturales, institucionales, lingüísticas, económicas e industriales.

⁵ www.congresonacionalgob.com

⁶ Global Marketing Masaaki Kotabe, Kristian Helsen 2001 Pág. 257,258

IED: desventajas para las empresas inversoras Respecto a las operaciones de la empresa

La IED requiere incurrir en riesgos diversos que dependen algunas veces de la modalidad de IED escogida. Si se trata de un montaje de empresa, un gran riesgo consiste en cargar con todo el peso de las posibles pérdidas, ya que se actúa por cuenta propia. Adicionalmente es más costoso para una empresa lograr una imagen y un posicionamiento sin ayuda, pues sin un apoyo local conocedor del mercado, la empresa necesitará invertir más recursos para estudiar a sus consumidores, competidores y canales de distribución. No obstante, las licencias, franquicias y alianzas de riesgo compartido también implican riesgos no más fáciles de tolerar. La falta de control a la hora de tomar decisiones es una de las grandes preocupaciones; especialmente en las alianzas de riesgo compartido, pues pueden surgir conflictos debido a diversos objetivos, diferencias culturales o por falta de interés de alguna de las empresas que conforman la alianza. Otro conocido temor es el de dar información valiosa del negocio a un aliado que puede convertirse luego en un peligroso competidor de la empresa. En general y sin importar la modalidad (franquicia, alianzas, etc.), una inversión directa en el exterior involucra una alta inversión en capital y en tiempo mientras la empresa se establece y consolida. Deben tenerse siempre en cuenta los riesgos de mercado; la dificultad en la introducción del producto debido al desconocimiento del medio o del sector a que se va a penetrar. Entre los riesgos políticos y de legislación se encuentran el nacionalismo, la no compatibilidad o incumplimiento de leyes y cambios abruptos en las reglas del juego. Un entorno institucional y jurídico inestable es uno de los factores que más preocupa a los inversionistas. Por ejemplo, cambios constantes del régimen tributario así como discrecionalidad en la interpretación y aplicación de las leyes ahuyentan La IED. No obstante, las desventajas de La IED no se limitan a los riesgos que incurren las empresas inversoras. También existe a nivel de gobiernos todo un debate acerca de los posibles efectos negativos que este tipo de inversión tiene sobre las economías de los países.

Impactos negativos sobre las economías emisoras y receptoras: Si bien la idea general es que La IED beneficia tanto a la economía emisora como a la receptora, lo

cierto es que existen argumentos que ponen en duda el beneficio neto de esta actividad. Algunos de los puntos en contra de La IED son los siguientes.

Pérdida de empleo: En países industrializados como los Estados Unidos e Inglaterra, se han generado grandes controversias alrededor de La IED que fluye de éstos países a países menos desarrollados. El argumento en contra es que La IED acaba con los empleos y disminuye el ahorro doméstico en los países industrializados. El contra argumento ha sido que las multinacionales deben realizar este tipo de movimientos para reducir costos, ganar competitividad y así poder continuar en el mercado. Se debe realizar un análisis para averiguar qué habría sucedido si la empresa no hubiera invertido en el exterior. La dificultad se halla en que este análisis debe tener en cuenta una cantidad de variables específicas, que hace demasiado compleja la tarea de encontrar conclusiones de aplicación general acerca del tema. Un segundo argumento pone en duda la creación neta de empleos en las economías receptoras. El punto que se expone es que las multinacionales armadas de competitividad y alta tecnología llegan a los países menos desarrollados arrasando con la industria nacional. El resultado es que el empleo generado por las multinacionales no alcanza a compensar la pérdida de empleos causada por la feroz competencia, lo que se traduce en un efecto neto negativo de empleo para el país receptor.

Explotación de la mano de obra: Este argumento representa las preocupaciones por los países menos desarrollados acerca de la explotación de su mano de obra y las condiciones de trabajo desfavorables a las que las multinacionales someten a los trabajadores. Tales quejas se hacen escuchar, por ejemplo, en el caso de la maquila hondureña mencionado anteriormente. Sin embargo, cabe mencionar los recientes esfuerzos que las multinacionales han realizado con el fin de mejorar las condiciones laborales de sus trabajadores como respuesta a la presión de la opinión pública. Como contrapeso también se encuentran los beneficios que las economías receptoras obtienen de La IED y la pregunta de quién sustituiría el empleo hasta hoy

generado por estas multinacionales. Nuevamente nos remitimos a un análisis de tipo contra actual que haría pretenciosa toda conclusión definitiva acerca del tema.

Pérdida de Soberanía: Otra preocupación que se crea con la llegada de IED tiene relación con el miedo a la pérdida de la independencia económica del país, especialmente en economías pequeñas. Empresas multinacionales con gran poder económico puedan perjudicar el interés general de un país, en la medida en que estas empresas tienen una enorme capacidad de presión sobre poderes ejecutivos y legislativos, lo cual utilizar para diseñar reglamentaciones que favorezcan sus intereses particulares por encima del interés general. Para influenciar algunas de las políticas del país concernientes por ejemplo al mejoramiento de cierta infraestructura o a cambios específicos en el régimen laboral.

Crecimiento Económico

El crecimiento económico es una de las metas de toda sociedad y el mismo implica un incremento notable de los ingresos, y de la forma de vida de todos los individuos de una sociedad. Existen muchas maneras o puntos de vista desde los cuales se mide el crecimiento de una sociedad, se podría tomar como ejes de medición la inversión, las tasas de interés, el nivel de consumo, las políticas gubernamentales, o las políticas de fomento al ahorro; todas estas variables son herramientas que se utilizan para medir este crecimiento. Y este crecimiento requiere de una medición para establecer que tan lejos o que tan cerca estamos del desarrollo. El crecimiento económico es una variable que aumenta o disminuye el producto interior bruto (PIB). Si el PIB crece a un ritmo superior al del crecimiento de la población, se dice que el nivel de vida de ésta aumenta. Si por el contrario la tasa de crecimiento de la población es mayor que la tasa de crecimiento del PIB, podemos afirmar que el nivel de vida de la población está disminuyendo.

La Estabilidad Macroeconómica es el elemento indispensable para el crecimiento económico, el desarrollo del sector privado y la atracción de inversión.

Globalización: Es un proceso fundamentalmente económico que consiste en la creciente interdependencia e integración de las distintas economías nacionales por la existencia de un único mercado mundial.

La globalización está defendida por el neoliberalismo y encarnado en los organismos internacionales OMC, FMI y BM y está rechazada por los grupos anti-globalización.

La balanza comercial se define como la diferencia que existe entre el total de las exportaciones menos el total de las importaciones que se llevan a cabo en el país.

El sistema de economía de mercado, para desarrollar sus funciones, descansa en el libre juego de la oferta y la demanda. Un mercado es perfectamente competitivo cuando hay muchos vendedores pequeños en relación con el mercado, el producto es homogéneo, los compradores están bien informados, existe libre entrada y salida de empresas y decisiones independientes, tanto de los oferentes como de los demandantes.

Una empresa es de competencia imperfecta cuando las empresas oferentes influyen individualmente en el precio del producto de la industria. Las empresas concurrentes no actúan como precio-aceptantes, sino como precio-oferentes, puesto que, de alguna forma, imponen los precios que rigen en el mercado. Recuérdese que la característica fundamental de la competencia perfecta es que, debido a la diversidad de empresas participantes, ninguna tiene capacidad para incidir sobre los precios, de forma que actúan como precio-aceptantes.: El precio de un bien es su relación de cambio por dinero, esto es, el número de unidades monetarias que se necesitan obtener a cambio una unidad del bien.

Una importación es cualquier bien o servicio recibido desde otro país, provincia, generalmente para su intercambio, venta o incrementar los servicios locales.

Los **productos** o **servicios** de importación son suministrados a consumidores locales por productores extranjeros.

Al realizarse importaciones de productos más económicos, automáticamente se está librando dinero para que los ciudadanos ahorren, inviertan o gasten en nuevos productos, aumentando la riqueza de la población.

En cambio las exportaciones son el envío de mercancías o productos del país a otro distinto, para su uso o consumo definitivo. Estas pueden ser de productos tradicionales o no tradicionales.

Una unión aduanera es una ampliación de los beneficios derivados de una zona de libre comercio entre países, que crea un territorio aduanero único dentro del cual se eliminan los aranceles y otras barreras al intercambio, mientras se mantienen aranceles comunes frente a terceros países.

El Libre Comercio es un concepto económico, referente a la venta de productos entre países, libre de aranceles de cualquier forma de barreras comerciales.

En una zona de libre comercio los países firmantes del tratado se comprometen a anular entre sí los aranceles en fronteras es decir, los precios de todos los productos comerciales entre ellos serán los mismos para todos los integrantes de la zona.

En Cambio las Zonas Libres son determinadas regiones ubicadas fuera de los centros de distribución y abasto de insumos y bienes básicos nacionales, por lo cual se les exenta de impuestos en la compra de mercancías de procedencia extranjera necesarias para la producción y el consumo.

Una zona de procesamiento Industrial es aquella que constituye un encale de libre comercio con regímenes de aduana, y donde las firmas extranjeras y nacionales producen principalmente con fines de exportación con un cierto número de incentivos fiscales y financieros.

Honduras tiene acceso a los mercados mundiales gracias a sus acuerdos comerciales:

Tratados Negociados:

- República Dominicana
- México
- Mercado Común Centroamericano
- CAFTA
- Chile
- Colombia
- Panamá

Tratados en Negociación:

- Unión Europea
- Taiwán
- Canadá

Legislación Hondureña

En nuestro medio se entiende como Inversión a todo aporte de capital en moneda nacional o extranjera de libre Convertibilidad. La Inversión Extranjera Directa constituye el aporte de capital en moneda extranjera así como las utilidades re invertibles que retribuyen dichas inversiones o aportaciones en bienes tangibles e intangibles de origen extremo destinado a la producción de bienes y servicios pertenecientes a inversionistas extranjeros. También se consideran como inversiones extranjeras las efectuadas por hondureños residentes en el exterior con recursos originados en el extranjero.

Para tal fin La Secretaria de Industria y comercio extiende el Certificado de Inversión el cual acredita al portador la calidad de inversionista para poder gozar de los derechos y garantías establecidas en la Ley el cual es intransferible.

El mejoramiento del clima de negocios se apoya en al aumento de las inversiones y sus propuestas se basan principalmente en las necesidades detectadas por los sectores preseleccionados por el Consejo Nacional de La Competitividad (CNC), así

como en reforzar los instrumentos de las políticas públicas existentes para acelerar la puesta en marcha de programas que promuevan la transparencia administrativa, eficiencia, estabilidad económica y seguridad jurídica en honduras.

La competitividad empresarial significa lograr una rentabilidad igual o superior a los rivales en el mercado. Si la rentabilidad de una empresa, en una economía abierta, es inferior a la de sus rivales, aunque tenga con qué pagar a sus trabajadores, proveedores y accionistas, tarde o temprano será debilitada hasta llegar a cero y tornarse negativa.

El Programa Nacional de Competitividad (**Honduras Compite**), trabaja en el mejoramiento del clima de negocios del país, en la atracción de inversiones y en la promoción de las exportaciones, para darle a las empresas pequeñas, medianas y grandes el apoyo que requieren para competir tanto a nivel nacional como internacional.

La máxima autoridad de Honduras Compite es La Comisión Nacional de Competitividad (CNC) en la que existe representación de empresarios, gobierno y sector laboral.

Cuando mencionamos la palabra inversión, lo primero que se nos viene a la mente son montañas de⁷ dinero. Esa primera impresión no es del todo errónea, sobre todo cuando a nivel de país hablamos de Inversión Extranjera Directa (IED). En nuestro país, según datos oficiales y privadas, en base a los flujos de capital atraídos por los tratados de libre comercio, en 2007, La IED alcanzó los US\$ 929.3 millones, cifra superior a la alcanzada en 2006, de 674.1 millones de dólares, según La Comunidad Económica para América Latina (CEPAL). Hasta la fecha, estimaciones de La CEPAL indican que el saldo de La IED en el país

⁷ Secretaria de Industria y Comercio

es de unos 1,204 millones de dólares, impulsada por el crecimiento de sectores claves como el turismo, las telecomunicaciones, los agros negocios y, por supuesto, La maquila. Sin embargo, este avance es relativamente nulo, tomando en cuenta que nuestro país se ha ido preparando paso a paso para captar la atención de los inversores.

Dentro del clima de negocios, uno de los pilares fundamentales para incrementar la inversión es facilitar los procesos para abrir una empresa. Las medidas que ha tomado el presente gobierno acerca de la simplificación administrativa en el área de exportaciones, causa que Honduras sea el segundo país de Centroamérica que más crece en este rubro, Honduras redujo dicho plazo de 62 a 2 días en Tegucigalpa y San Pedro Sula.

Estas medidas podrían, de gran manera, duplicar a las más de 300 compañías extranjeras que han establecido operaciones en los últimos diez años en nuestro país. La certificación de Puerto Cortés como mega puerto, nos ha colocado en una situación muy competitiva, ya que en Latinoamérica, solamente Argentina y Brasil, comparten semejante categoría. Además, nuestro puerto cuenta con una posición geográfica privilegiada, ya que estamos a una distancia marítima de entre 48 y 72 horas de la costa este de Estados Unidos, contando con cuatro puertos en el Caribe y uno en el Pacífico.

Honduras posee una certificación validada por La Organización Marítima Internacional (OMI), en protección de buques en instalaciones portuarias, así como una oficina de aduanas estadounidense en Puerto Cortés, gracias a La Iniciativa de Contenedor Seguro (CSI, por sus siglas en inglés).

De igual manera, Honduras se ha preparado para complacer a los inversionistas por la vía terrestre; el proyecto Corredor Logístico Interoceánico, con un costo total de 340 millones de dólares, facilitará el comercio entre tres puntos comerciales importantes en la región, como ser el puerto de La Unión en El Salvador, Corinto en Nicaragua y Puerto Cortés en Honduras.

Además, esta pista de cuatro carriles constituirá una vía alterna de la Carretera Interoceánica CA-5, que permitirá evitar el paso por Tegucigalpa, reduciendo el recorrido actual en aproximadamente 100 kilómetros que traerá, además de ahorro, desarrollo y empleo a las comunidades por donde pase la carretera. Pero si hablamos de infraestructura aérea, podemos decir que Honduras posee cuatro terminales internacionales: en la capital contamos con el aeropuerto de Toncontín; en San Pedro Sula, La Mesa; en La Ceiba, Golosón; y en Roatán, el aeropuerto Juan Manuel Gálvez. Asimismo, está en calidad de proyecto una Terminal aérea más en Copán.

Entre las inversiones relevantes del 2006 sobresalen las de una compañía de telefonía celular, de la industria de molinería y de dos entidades financieras internacionales; asimismo, en la actividad maquiladora resalta la IED destinada a las empresas del área textil. Estos recursos ingresaron procedentes principalmente de los EUA, Suiza y Centroamérica.

Durante 2005, El Salvador y Guatemala registraron incrementos de 1.5 y 4.0 puntos porcentuales, respectivamente, en su participación en el total de IED en Honduras. Las empresas guatemaltecas que continúan con un crecimiento sostenido son las del sector azucarero, mientras que las salvadoreñas pertenecen a los sectores de comercio y bienes raíces.

De igual manera, los países europeos registraron un promedio de participación de un 20.2% de los flujos de IED recibidos por Honduras, siendo los países con mayores inversiones en su orden: Inglaterra, Holanda, España e Italia, concentrando los flujos en los sectores agroindustrial, construcción y electricidad.

Según la información disponible, durante el 2006 la estructura de procedencia de los flujos de IED se mantuvo similar durante todo el período analizado; en efecto, EUA aportó el 73.8% del total de los flujos recibidos durante 2006, seguido por

Centroamérica con 17.1% y Europa con 12.1%, principalmente por inversiones de empresas provenientes de Suiza e Inglaterra.

Cabe señalar el retiro de la inversión reportada en 2006 por las empresas de las Bahamas, debido a amortizaciones de préstamos y créditos comerciales.

En el caso de la maquila, a lo largo de los años, su IED mostró una tendencia a modificarse, ya que la IED recibida por la actividad maquiladora se incrementó notablemente, al pasar de significar un 8.1% del total en 2000, a un 34.5% y 24.3% de lo recibido durante 2005 y el primer semestre de 2006, aumento propiciado principalmente por los flujos de capital hacia las maquiladoras del sector textil, electrónico y de servicios a las empresas, principalmente de los EUA y países asiáticos; este comportamiento es fruto de los esfuerzos realizados por el gobierno y la empresa privada de atraer inversiones a la industria maquiladora.

Actualmente, el sector maquilero proporciona trabajo para unas 140 mil personas, al producir 14 millones de libras de textiles (la cantidad más alta en América Latina), sin embargo, su meta es duplicar este esfuerzo en los próximos cinco años, según Enrique Mejía Uclés, director de tratados comerciales del COHEP.

Las telecomunicaciones se conciben como una de las áreas que más capital externo deja al país. Para el caso, la compañía Millicom Internacional (mejor conocida como TIGO), la cual recientemente alcanzó los tres millones de usuarios, en el 2007 invirtió 150 millones de dólares en infraestructura y servicios. América Móvil, por su parte posee 500 mil usuarios, y también tiene planes de expansión a nivel nacional.

Los agros negocios, específicamente los vegetales orientales, dan muy buenas expectativas para el país. El nivel de rentabilidad es muy satisfactorio para los productores nacionales.

El turismo por su parte, se visualiza como un área atractiva para inversores extranjeros, proyectos como Bahía de Tela, con una inversión estimada de 125

millones de dólares, y en la cual contribuyen 46 empresarios, puede ocasionar en un corto plazo, un notorio despunte a nivel regional.

Para el caso, Honduras obtuvo en 2006 un incremento de un 10 por ciento del flujo de turistas con respecto al año anterior con 738,667 visitantes, contabilizando un total de 1,136,356 entre los que se incluyeron 204,772 visitantes en crucero, según autoridades de turismo.

La presencia de multinacionales financieras como HSBC, con la compra de Banistmo, Citi Group que adquirió Banco Cuscatlán y Banco Uno, y General Electric con la compra de BAMER y BAC sugieren que vendrán grandes inversiones no solamente para Honduras, sino para Centroamérica.

Honduras forma parte de múltiples acuerdos comerciales. Para el caso, desde 2001 firmó con México, Guatemala y El Salvador un Tratado de Libre Comercio. En 2001 entró en vigencia el acuerdo comercial entre Centroamérica y República Dominicana. Asimismo, firmó en 2000 un TLC con Chile y con el Mercado Común Centroamericano. El 1 de abril de 2006 entró en vigencia el RD-CAFTA, y finalmente en junio de 2006 se firmó un TLC con Panamá.

En la agenda quedan aún pendientes algunas negociaciones más entre Centroamérica-Canadá, y el CA-3, Honduras-Taiwán, y finalmente un ambicioso acuerdo de asociación con La Unión Europea.

En los últimos años, Honduras ha expandido sus inversiones en el exterior, ya que, según investigación del BCH La IED de nuestro país en el extranjero aumentó US\$ 26.3 millones en 2004, US\$ 21.7 millones en 2005 y US\$ 11.0 millones en el primer semestre de 2006; estas inversiones de Honduras en el exterior están ubicadas principalmente en Centroamérica y han estado destinadas en su mayoría al sector comercio.

En el 2008 los flujos de inversión extranjera directa fueron de 877 millones de dólares.

Los flujos de inversión extranjera directa sumaron 929.3 millones de dólares al cierre del año 2007. Según el Banco Central de Honduras (BCH).

En 2006, la IED sumó 674.1 millones de dólares. De esa cantidad, 489.4 millones de dólares corresponden a las empresas, teniendo como principal fuente de financiamiento las utilidades reinvertidas, con 379 millones de dólares. Se espera que continúe el dinamismo de los flujos de inversión, basado en el ambiente macroeconómico favorable en el país, el mantenimiento de las ganancias de las corporaciones transnacionales y en la continuación de los procesos de firmas de acuerdos internacionales de comercio.

Honduras en el Índice de Competitividad Global (GCI) 2008 realizado por el Foro Económico Mundial, se sitúa en la posición 82 de 134 economías investigadas.

Los factores que siguen impidiendo que Honduras verdaderamente alcance el éxito anhelado, según el Foro Económico Mundial, son en primer lugar el acceso al financiamiento, luego la ineficiencia burocrática, la corrupción, la falta de obra calificada y la seguridad.

MARCO FILOSÓFICO

Cómo Ganar Ventaja Competitiva En El Desarrollo Económico⁸

Para entender cómo se puede ganar una ventaja competitiva en los mercados mundiales cada vez más globalizadas, tenemos que plantear y responder a dos preguntas. La primera es ¿por qué en algunas regiones relativamente pequeñas, y no otras, hay concentraciones de actividad económica exitosa? En su libro La Ventaja Competitiva de las Naciones, Michael Porter observa que estas empresas no surgen en forma independiente sino que su desarrollo obedece a un entorno nacional que apoya y cultiva la competitividad, y nuestro reto es cómo en las áreas que actualmente están económicamente marginadas, se puede crear este entorno de apoyo al desarrollo de distintos sectores industriales y agroindustriales.

PORTER identifica cuatro factores interrelacionados que forman un diamante y que son fundamentales para alcanzar la ventaja competitiva de una nación, de una región o de un área local. El primer factor es lo que esperaríamos, y lo que los economistas siempre han señalado, e incluye los elementos básicos como tierra, mano de obra y capital. Son los factores básicos relacionados con la dotación de recursos, o sea los factores en que se basa la ventaja comparativa.

Pero como factor explicativo del desarrollo de una nación o de una región, esta teoría de la ventaja comparativa es a lo mejor incompleto, y a lo peor incorrecto. No hay una correlación entre la dotación de recursos naturales y el desarrollo. Más bien el desarrollo tiende a ocurrir no sólo por la presencia de mano de obra, sino por la especialización de los recursos humanos en determinadas tecnologías. No es por tener tierras extensas sino por tener una infraestructura que apoya la productividad, y una base científica que viene de un conjunto de instituciones realizando investigaciones. Un segundo factor que es la exigente demanda de los consumidores del país, lo cual tiende a crear largas tradiciones y culturas. Uno puede decir que con la globalización se puede importar todas estas cosas, pero la función del proveedor

⁸ Ventaja Competitiva por John C. Ickis

no es solamente de proveer sino también de compartir información y de resolver conjuntamente problemas de procesamiento.

El tercer factor es tan importante como la condición de los factores y la exigencia de los consumidores.

El cuarto y último factor del diamante tiene que ver con el marco institucional y con las prácticas comerciales, los cuales pueden contribuir a crear reglas del juego, claras y estables, que son tan importantes para la inversión y la formación de empresas competitivas. Pero también es importante tener una cultura nacional que valora la actividad. Esto ha cambiado, más rápidamente en algunos países que otros, pero ha sido necesario un cierto cambio de cultura. También ha sido acompañado por la formación de rivales nacionales fuertes, porque si no hay una buena competencia en el país, difícilmente puede haber capacidad para competir en el exterior. Es importante entender que los tigres asiáticos surgieron, no de la protección estatal sino de la intensa rivalidad interna, que les ha dado la disciplina para poder triunfar tanto en sus propios países como en los mercados globales.

En resumen, la competitividad de las naciones surge no sólo de las condiciones de los factores, que es la teoría de la ventaja comparativa, sino también de la exigencia de los clientes, del cluster de empresas e instituciones de apoyo al sector, y de un marco institucional que asegure la alta rivalidad dentro de reglas del juego bien establecidas y respetadas. Cuando añadimos los otros tres puntos del diamante, tenemos la ventaja competitiva que es fundamentalmente distinta del concepto tradicional de la ventaja comparativa.

Tal vez se pueda desarrollar cierta ventaja competitiva si uno o dos de estos factores es algo flojo, pero se necesitan los cuatro del diamante.

Ahora, sí esto es lo que se necesita, viene la pregunta que les interesa a Uds.: ¿cómo crear el diamante de competitividad en las áreas locales y sobretodo en aquellas caracterizadas por subempleo y pobreza? ¿Qué necesitamos hacer?

Existen cinco patrones que, si los podemos cambiar, ayudarán a incrementar la competitividad de las empresas locales en Centroamérica. Estos cinco patrones son: la dependencia excesiva en la dotación de recursos básicos como tierra, mano de obra, posición geográfica; la falta de acercamiento a los consumidores; el desconocimiento de nuestra posición relativa a la de otras áreas locales; la inadecuada integración hacia adelante y la falta de cooperación entre los elementos en la cadena en el sector industrial, y esto es especialmente cierto en el sector agroindustrial.

Dependencia en Recursos Básicos

El primer patrón que habrá que cambiar es la dependencia excesiva en la dotación de recursos básicos (tierra, mano de obra, posición geográfica), para competir en los mercados mundiales. Este es un enfoque de ventaja comparativa y no de ventaja competitiva. Como resultado de haber aplicado este enfoque en las políticas de desarrollo económico, los países centroamericanos compiten con productos primarios y a base de mano de obra barata. El dilema es doble: primero, siempre hay algún país con mano de obra más barata, significaría condenar su población a la pobreza y no poder crear mercados internos por falta de ingreso disponible, así creando un círculo vicioso de subdesarrollo. Este círculo es peor todavía si el gobierno decide que para poder exportar, tiene que devaluar la moneda, y así regala la riqueza del país a otros países que de por sí son mucho más ricos. Entonces, este enfoque de competencia, por los factores básicos, tiene que cambiarse por un enfoque de valor agregado.

Distanciamiento de Consumidores Desconocimiento de Posición Relativa Un tercer patrón es no conocer la posición competitiva en relación a otras áreas locales, y lo que es peor, no tratar de conseguir información sobre esta posición.

Es aún más frecuente encontrar situaciones en que pensamos que somos más atractivos en costos o calidad que otros países, cuando en realidad no lo somos. Se debe actualizar los datos comparativos sobre todos los costos del producto,

discriminando entre los costos de insumos, la producción, el empaque, la comercialización, etc., y hacer todo un análisis de la cadena de costos, porque sin conocer su posición relativa, el sector productor no puede tomar decisiones informadas, ni puede dialogar con el sector público sobre estos asuntos ni anticipar la vulnerabilidad que tiene frente a la competencia. Inadecuada Integración hacia delante.

Que los productores se quedan con un porcentaje mínimo del valor total de la venta al detalle ha sido bien documentado, especialmente en el sector agrícola, y esto se debe a la inadecuada integración hacia adelante. Pero no debemos saltar a la conclusión que siempre es aconsejable integrarse hacia adelante. Puede ser o puede no ser; lo que es importante es hacer el análisis en cada caso. Este análisis debe examinar las relaciones entre las empresas en cada área local y los canales de distribución en el exterior, e inclusive los canales de distribución domésticos. Puede ser que hay otras opciones para estrechar las cadenas de la producción y comercialización, que no sea a través de la integración vertical.

Muchas veces los productores no entienden las necesidades de los canales de distribución con respecto a cantidad y calidad, o no tienen la capacidad de satisfacer estas necesidades.

Un patrón que hay que cambiarse es ver a los importadores y corredores como adversarios y no como una herramienta para realmente mejorar la posición de uno dentro del mercado. Ahora, hay muchas situaciones en que los canales de distribución que seleccionamos tal vez no sean las más apropiadas, y que debemos estar tratando de llegar al cliente, de cerrar esa distancia que hablamos antes, por medio de otros canales.

Falta de Cooperación en La Industria

El quinto y último patrón que debería cambiarse es la no cooperación entre los participantes en una determinada industria.

Otro patrón de comportamiento común entre los participantes en una industria son los juegos suma cero o suma negativa. Hacia la Cooperación y la Competitividad.

Tenemos cinco retos por adelante para competir en los mercados globales. Voy a revisarlos brevemente y sugerir cómo podemos enfrentarlos. Y ahora voy a decir algo que parece contradictorio, pero es cierto. Para competir tenemos que cooperar, y esto significa cooperación entre productores y cooperación con proveedores y canales de distribución, con personas quienes estamos acostumbrados a ver como adversarios.

El primer reto es de depender menos en los factores y productos básicos y pensar creativamente en cómo podemos elaborar productos más complejos, más interesantes, más apetecibles, para segmentos específicos de consumidores.

Así que es encontrar las formas de elaborar los productos, de hacerlos más atractivos a los clientes, y esto va muy relacionado con el segundo reto: ¿cómo podemos conseguir más información sobre los clientes y reducir el distanciamiento actual de ellos? No debemos pensar en una gran masa de consumidores, sino debemos segmentarlos, apuntando a los clientes más exigentes en el mercado doméstico y extranjero, a los más sofisticados.

El tercer reto es hacer más benchmarking sobre posición relativa de nuestras industrias, que es algo que puede hacer una organización gremial o el gobierno, para conseguir buena información sobre nuestros competidores, como hace cualquier empresa de clase mundial.

El cuarto reto es aprovechar mejor los canales de distribución, y esto incluye la decisión sobre nuestro alcance vertical, si es conveniente integrarse hacia adelante o si basta invertir en información sobre los canales de distribución y los mercados. La ventaja de integración vertical es que nos aseguramos el control del canal, pero esto nos restringe en nuestra flexibilidad.

Y el quinto reto es cómo aumentar la cooperación entre los participantes en la industria para que el juego no sea de suma cero ni de suma negativa, sino de suma positiva.

MARCO LEGAL

En Honduras, se han decretado leyes y regulaciones que brindan garantías, transparencia e incentivos para fomentar la inversión privada.

Estas leyes proveen un entorno de garantías legales e incentivos fiscales altamente favorables para la inversión, amparan y promueven la inversión extranjera. Las leyes más relevantes son:

Ley de inversión:

La Ley de Inversiones reduce al mínimo la intervención del Gobierno en las actividades económicas del país. Estimula la inversión privada nacional y extranjera, para promover la manufactura y las exportaciones, la transferencia de tecnología, y la creación de empleos.

Toda empresa privada recibe el mismo trato sin distinciones entre capital hondureño o extranjero.

Ley de Inversiones, Decreto No. 80-92, del veintinueve de mayo de mil novecientos noventa y dos. La presente Ley es de orden público y de observancia general en toda La República. Su objeto es la determinación de reglas para canalizar la inversión extranjera hacia el país y propiciar que ésta contribuya al desarrollo nacional.

El Estado de Honduras, reconoce y garantiza la libertad de producción y comercialización de bienes y servicios en general, dentro de los principios que dan fundamento a la competencia leal, a los derechos del consumidor, a la protección, conservación y desarrollo del medio ambiente, a la protección y fomento de la salud pública y de la cultura nacional, a la forma de Gobierno y a la seguridad nacional.

El inversionista nacional o extranjero que decide acogerse a los incentivos otorgados por el gobierno, deberán hacerlo llenando las formas y cumpliendo los requisitos previstos en las leyes aplicables para cada incentivo específico.

En materia impositiva nacionales o extranjeros están obligados al pago de los tributos que por gravamen, tasas, derechos u otras contribuciones establecen leyes vigentes del país, excepto aquellos de los cuales goce de exoneración en virtud de las leyes especiales.

Los inversionistas nacionales o extranjeros, están obligados al pago de sueldos, salarios, gratificaciones, contribuciones sociales y de seguridad social de conformidad a las leyes que regulen la materia.

Todo inversionista nacional o extranjero deberá registrar su inversión en La Secretaría de Estado en los Despachos de Economía y Comercio, para lo cual presentará una solicitud conteniendo declaración jurada de su monto, moneda o especie, procedencia, fecha de ingreso o realización y destino acompañando los documentos que respalden su declaración de inversión y permitan establecerla fehacientemente.

Los inversionista extranjeros no podrán dedicarse a la industria de y o comercio en pequeña escala, excepto aquellos que hayan adquirido la carta de naturalización como hondureños, debiendo presentar la documentación que acredite la respectiva naturalización, siempre y cuando en sus países de origen exista reciprocidad.

Ley de Zonas Libres

Todo el país ha sido designado como Zona Libre., En gran parte las empresas extranjeras están ubicadas en estas zonas y en las Zonas de Procesamiento para la Exportación. La mayoría de estas empresas se dedican a la confección de ropa, fabricación de artículos deportivos, ensamblaje electrónico, automotriz, industria textil

y agroindustria. Las fábricas ubicadas dentro de estas zonas gozan de los siguientes beneficios:

Conversión de moneda sin restricciones; importación libre de toda la maquinaria, materia prima, suministros y todo lo requerido en la operación de la planta; despacho de embarques entrantes y salientes en menos de un día con mínima documentación; permiso de propiedad extranjera en un 100%; exención de impuestos sobre ventas, corporativo e impuesto sobre la renta, y la repatriación irrestricta de ganancias y capital en cualquier momento.

Ley de Zonas de Procesamiento para Exportación

Desde su aprobación en 1987, Decreto No.131-98 del 20 de Mayo de 1998, Las Zonas de Procesamiento para Exportación pueden ser establecidas en cualquier parte del país, y en ellas, las empresas pueden disfrutar los mismos beneficios que las Zonas Libres, entre ellas la exención de todos los impuestos.

Régimen de Importación Temporal

Permite a empresas calificadas que operan fuera de las Zonas de Procesamiento para Exportación importar libre de imposición fiscal el equipo y materiales requeridos para su procesamiento con fines de exportación. Estas empresas, sin embargo, deben pagar los impuestos sobre renta, municipales y aduanales.

Ley de Incentivos al Turismo

Contempla la exoneración permanente del pago del Impuesto Sobre La Renta a partir del inicio de operaciones.

Este incentivo es otorgado exclusivamente a proyectos nuevos. Igualmente, la ley exonera el pago de impuestos y demás tributos que causen la importación de: Bienes

y equipos nuevos necesarios para la construcción e inicio de operaciones de los proyectos.

Todo material impreso para promoción de los proyectos o del país como destino turístico.

- Reposición por deterioro de bienes y equipos, durante un período de 10 años, previa comprobación.
- Vehículos automotores nuevos.
- Aeronaves o embarcaciones nuevas y usadas, para transporte aéreo, marítimo o fluvial.

Ley de Promoción de Trabajo Público e Infraestructura Nacional

Aprobada en 1998, Establece un marco jurídico para el suministro y administración directa de servicios públicos y la ejecución de proyectos de infraestructura de interés social por entes privados.

La ley estimula la participación extranjera en proyectos de desarrollo de infraestructura y en industrias recién instaladas mediante amplios derechos de concesión.

Ley de Propiedad Intelectual Se emitió en 1993 Provee protección a las obras extranjeras y nacionales publicadas en Honduras o fuera del país, de acuerdo con las convenciones y estándares internacionales.

⁹MARCO CONTEXTUAL

La Zona Metropolitana del Valle de Sula es una conurbación de Centroamérica, situada en el valle aluvial más grande de Honduras en la cuenca de los ríos Ulúa, Chamelecón y Humuya.

El Valle de Sula es actualmente el más grande de Honduras, ubicado en el Caribe Centroamericano en él se encuentran algunas de las ciudades más importantes como ser San Pedro Sula, El Progreso, Choloma, Puerto Cortes, Villa Nueva, La Lima, Santa Cruz de Yojoa entre otras.

La geografía física de El valle es homogénea teniendo características de formación sedimentaria y plana. El dinamismo geológico es ejercido por las grandes corrientes de los ríos Ulúa y Chamelecon.

Esta rodeado de las sierra de el Merendón y mico quemado, el sistema de drenaje comprende ríos y quebradas de corta longitud y de alta pendiente.

El valle también es rico en aguas subterráneas de un profundidad de 9 a 52 metros. La temperatura promedio del valle es de 26 °C. Se presentan dos estaciones una seca de febrero a abril y la otra lluviosa de junio a diciembre, teniendo una precipitación promedio anual de 1370 mm.

El clima de el valle de sula está determinado por la zona intertropical de convergencia de los vientos alisios, sistemas anticiclónicos de vientos de las masas de aire frío de origen extra tropical y frentes fríos, las ondas tropicales que arremeten contra la región.

Las ciudades del Valle de Sula, se encuentran ubicadas a una altura de entre 20 y 80 metros sobre el nivel del mar.

El ecosistema del valle se caracteriza por estar compuesto principalmente por bosque seco tropical.

⁹ Wikipedia

Las frecuentes inundaciones han permitido rellenar el piso de bloque hundido. En él se encuentran diversas clases de tierra, así como las principales áreas de suelos agrícolas de la zona norte de Honduras, por lo cual estos suelos son aptos para la agricultura plantada con bananos,platanos, caña de azúcar,palma africana,citricos,granos basicos y pastos lo cual a propiciado su desarrollo agricola.ademas cuenta con importantes centros urbanos e industriales y con su moderno acceso al mundo del mercado a través de Puerto Cortés y su aeropuerto internacional Ramon Villeda Morales que sirve a todas las ciudades de la ZMVZ, es un escenario perfecto para actuar en el mercado mundial en una forma muy competitiva lo cual la convierte en una de las regiones mas prosperas de Centroamerica.

La fluctuación en los precios de los productos de mayor exportación de Honduras como bananos, café, aceite de palma africana a sido dificil elaborar proyecciones económicas confiables para los agricultores, la industria y el gobierno.

Alrededor del 55% del Producto Interno Bruto de Honduras, PIB se genera en el Valle de Sula, representando cerca del 40% de las exportaciones Hondureñas. En ella reside aproximadamente un 25 % de la población nacional, siendo la fuerza de trabajo más numerosa tanto en sus centros urbanos como rurales.

En La Zona Metropolitana del Valle de Sula, se encuentra instalada más del 80% de la industria manufacturera y textil de Honduras.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION

Con el fin de obtener información confiable que satisfaga el objetivo principal del estudio se realizo una investigación exploratoria y concluyente-descriptiva porque se definen objetivos de investigación, se describe la situación actual y se realizan conclusiones sobre la misma, se utilizaron datos de fuentes secundarias y fuentes primarias utilizando como instrumento un cuestionarios y una guía para las entrevistas a profundidad.

Fuentes de datos

Por la naturaleza del tema a investigar utilizaremos Fuentes de datos secundarias y primarias:

Primarias:

- Desarrollo y aplicación del cuestionario (encuesta).
- Entrevistas a profundidad con expertos en el tema a investigar (Economistas, Sector bancario, Empresa privada, Gobierno, Expertos en finanzas).

Secundarias:

- Aportes periodísticos de expertos.
- Estudios especializados de consultoría realizadas a empresas extranjeras establecida en el país.
- Estudios Sobre IED Realizados por Organismos Internacionales.
- Investigaciones realizadas e información disponible del sector Gobierno, Banca y sector privado Nacional:
- Publicaciones del B C H y Banca Privada
- Disposiciones de La Secretaria de Comercio y Finanzas
- Boletines del COHEP

- Leyes relacionadas con el tema de investigación.

Procedimiento de Recolección de datos:

El enfoque de la investigación es mixto, En la fase cuantitativa se utilizó una encuesta (cuestionario) con preguntas específicas a las personas que laboran en posiciones de alta Gerencia que representan a la inversión extranjera directa establecida en el valle de Sula, En la fase cualitativa a través de entrevista a profundidad mediante el uso de una guía de preguntas abiertas se conoció el pensamiento de expertos en este tema.

Diseño De La Muestra:

Se define un universo finito, que está determinada por 300 Compañías extranjeras establecida en el país. El alcance del estudio será La Zona Metropolitana del Valle de Sula, y el tiempo de la investigación estará comprendido del 16 al 25 de Octubre 2007.

Tamaño de La Muestra

Nivel de confianza	1.96
Probabilidad a favor	0.50
Probabilidad en contra	0.50
Error de estimación	0.09%
Universo	175
Tamaño de la muestra	71

Método de Muestreo:

Por tratarse de un enfoque de investigación mixto el método de muestreo que se utilizo en el presente estudio es de tipo no probabilístico a juicio de expertos.

Además también se aplica el muestreo probabilístico, para la recopilación de los datos cuantitativos utilizando una formula de poblaciones finitas para calcular su tamaño muestral.

Formula para determinar el tamaño de la muestra en poblaciones finitas (menos de 500,000 elementos). En donde:

$o =$ nivel de confianza

$N =$ universo o población

$p =$ probabilidad a favor

$q =$ probabilidad en contra

$e =$ error de estimación (precisión en los resultados)

$n =$ Numero de elementos o tamaño de La muestra

$n = \frac{(o)(o)(N)(p)(q)}{(e)^2}$

$n = \frac{(o)(o)(N)(p)(q)}{(e)^2}$

$o = 1,96$ $n = 168,07 = 168,07$

$N = 175$ $1,4094$ $0,9604$ $2,3698$

$p = 0,50$

$q = 0,50$

$e = 0,09$

$n = 71$ Muestras

RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

A continuación presento los hallazgos encontrados en la investigación realizada sobre el tema denominado Efectos de la Inversión Extranjera Directa en la zona metropolitana del Valle de Sula.

Para recopilar los datos se aplicó una encuesta a profesionales que se desempeñan en diversas áreas en empresas extranjeras establecidas en la zona metropolitana del Valle de Sula; así como a funcionarios del estado de Honduras ligados a este tipo de inversiones.

La investigación pretende determinar todos aquellos factores que inciden para que el inversionista extranjero decida establecer sus operaciones en la zona metropolitana del valle de Sula, hablamos de ventajas y desventajas que se presentan en el entorno al momento de decidir en qué país del área Centro Americana invertir. La encuesta involucra aspectos tales como: Seguridad Jurídica, Estabilidad Macroeconómica, Apertura Comercial, Infraestructura, desarrollo social y económico, medio ambiente, sistema Financiero y Desarrollo del Recurso Humano.

La investigación reveló que un 77% de los encuestados considera que la IED, si ha encontrado en la Zona Metropolitana del Valle de Sula alternativas distintas a las que ofrecen otros países del área centroamericana en cambio un 20% considera que no las hay y apenas un 3% no sabe.

Además los encuestados consideran que la alternativa más importante que ofrece Honduras a la IED es su mano de obra barata, seguido de los regímenes especiales que existen para incentivar la IED y la apertura comercial que han impulsado los últimos gobiernos.

Otro elemento importante considerar en la investigación estaba relacionado con el apoyo o la importancia que el Estado le brinda a la inversión extranjera; el 68% de

los encuestados considera que el inversionista extranjero si recibe suficiente apoyo gubernamental en cambio un 32% considera que el Estado no brinda ningún tipo de apoyo.

En la encuesta se pretendía conocer cómo ven nuestros empresarios la llegada al país de nuevas IED; la investigación revela que un 75% considera que la empresa privada nacional no recibe con agrado la IED y solo un 25% cree que sí la reciben con satisfacción.

Al consultar temas de interés nacional como lo es la seguridad y su conjunto de leyes que sirven de marco jurídico para la inversión; Un 58% de los encuestados considera que la IED se instala en la Zona Metropolitana del Valle de Sula porque existe la suficiente seguridad jurídica, en cambio un 42% considera que no la hay.

Otro factor que se pretende conocer en la inversión es si el inversionista extranjero al momento de decidir invertir considera la situación económica del país. Un 51% de los encuestados considera que la estabilidad macroeconómica del país no es una NO es una razón importante para la llegada de la IED, pero un 35% cree que si y apenas un 14% NO sabe.

En la encuesta nos interesaba conocer la procedencia de la IED, los encuestados, consideran que la IED instalada en la Zona Metropolitana del Valle de Sula proviene mayormente de Norteamérica y Asia y en mediana proporción de Europa, Sudamérica y Centroamérica.

La investigación revela que el rubro en el que más se destaca la IED en la Zona Metropolitana del Valle de sula es la industria y en mediana escala están el comercio, la agroindustria, el turismo y las telecomunicaciones.

Se consulto en la encuesta cual era uno de los atractivos que el inversionista veía de la zona metropolitana del Valle de Sula, El 100% de los encuestados considera que

la cercanía a Puerto Cortés permite atraer la IED y coloca a la Zona Metropolitana del Valle de Sula con una ventaja absoluta frente al resto del país.

Sobre el aporte que brinda la inversión externa a la sociedad un 92% de los encuestados considera que la IED si contribuye al desarrollo social y económico de la Zona Metropolitana del Valle de Sula y apenas un 8% considera que NO.

Le preguntamos a los encuestados de donde proviene el recurso humano que contratan las empresas extranjeras.

La investigación revela que la mano de obra que contratan las compañías de IED proviene en su mayoría de la Zona Metropolitana del Valle de Sula, otra parte proviene del resto del país y escasamente fuera de Honduras.

Consultamos sobre la seguridad que tienen los hondureños sobre la IED establecida en el país un 51% de los encuestados considera que la IED instalada en la Zona Metropolitana del Valle de Sula es de carácter temporal, en cambio un 49% afirma que es permanente.

Los profesionales a los cuales se les pregunto sobre la base salarial de las compañías extranjeras en relación a las empresas nacionales.

La investigación revelo que un 69% de los encuestados considera las Compañías extranjeras Si pagan mejores salarios que las empresas nacionales, un 23% considera que NO y un 8% NO SABE.

En la investigación consultamos sobre el efecto que provoca la llegada de la IED al país frente a la ya establecida PYME.

Un 68% de los encuestados considera que IED debilita la PYME; un 14% considera que SI la fortalece y un 18% NO SABE.

Se pregunto en la investigación sobre la disponibilidad de recursos en el país que puedan brindar seguridad al inversionista, hablamos específicamente del recurso energético.

Un 66% de los encuestados considera que el país NO ofrece la suficiente generación de energía eléctrica que demanda la IED en cambio un 34% considera que SI.

En relación al problema de seguridad ciudadana que afronta el país por su alto nivel de delincuencia y criminalidad.

El 90% de los encuestados considera que Honduras No garantiza la suficiente seguridad para ejecutivos o empleados de las compañías extranjeras y apenas un 10% considera que SI.

Otro aspecto que nos interesa conocer era si el país cuenta con suficiente infraestructura, (red vial, hoteles, edificios) para atender la demanda provocada por la llegada al país de la inversión extranjera.

La investigación revela en un 65% que los encuestados consideran que el país no cuenta con la suficiente infraestructura para albergar La IED, sin embargo un 35% considera que el país SI la posee.

Los acuerdos comerciales y la apertura comercial que ofrece el país a través de regímenes especiales, son factores que incentivan al inversionista a sacar provecho al Tratado de Libre Comercio.

Un 86% de los encuestados considera que el TLC si atraerá la IED al país, en cambio un 14% considera que NO.

A los encuestadores se les consulto cuales eran los factores a los cuales fortalecía la presencia de la inversión extranjera directa en el país.

La investigación revela que la IED aporta al país desarrollo en infraestructura, avance tecnológico y desarrollo al recurso humano.

ANALISIS Y DISCUSION DE LOS RESULTADOS

Honduras como parte de sus retos ha establecido la necesidad de recibir inversión extranjera directa, factor importante de su crecimiento económico, con el fin de aspirar a niveles competitivos donde se puedan generar mayores espacios por tal razón el estado ha diseñado una plataforma que permita fortalecer la inversión privada nacional, y así generar un clima de inversión que brinde la seguridad necesaria a la inversión extranjera directa.

Más de 300 compañías de todo el mundo han establecido operaciones en Honduras en los últimos años. El país ha mostrado capacidades y competencias sobresalientes en el área de la manufactura ligera, sobre todo en los sectores de las maquiladoras textiles y de confección, la agroindustria, el ensamblado de componentes para la industria automotriz y electrónica, y en la fabricación de muebles.

Actualmente, Honduras promueve de forma activa la participación de la inversión extranjera directa para crear un alto valor agregado en dichos sectores, incluyendo la agroindustria, el turismo y los servicios.

Las migraciones del interior del país al Valle de Sula han causado una severa presión en la población del valle.

En la investigación se logro identificar algunos factores importantes que permiten en la actualidad atraer inversionistas extranjeros al valle de sula:

EXCELENTE UBICACIÓN ESTRATEGICA E INFRAESTRUCTURA PORTUARIA

Honduras se encuentra en el centro de América cercano a los centros de producción de Norte América, y una plataforma de distribución para Centro América. La zona metropolitana del Valle de Sula se ubica a solo 55 Km. de distancia de Puerto Cortés, convirtiéndola en la principal ventaja frente al resto del país.

Ofreciendo alternativas distintas a las que ofrecen otros países de la región.

En el Sector Industrial Manufactura competitiva se ofrecen costos de mano de obra y logística entre los más bajos de la región.

Honduras ofrece una joven fuerza laboral de más de 2 millones de hondureños entre las edades de 18 y 35 años.

El sector manufacturero se encuentra en plena expansión, capaz de exportar a distintas escalas, sostenido por un régimen fiscal y aduanero favorable.

Existe una amplia colaboración entre Gobierno y sector privado, misma que asegura la capacitación de los recursos humanos según las necesidades específicas de las empresas del sector.

El CAFTA inserta a Honduras en el proceso de producción y comercio norteamericano, y le garantiza acceso libre al mercado de EE.UU

Debido a su ubicación geográfica Honduras tiene ventajas sobre su competencia asiática como socio activo de fabricantes de EE.UU. y México, en modelos de producción “just-in-time”.

Puerto Cortés es el único puerto de agua profunda de Centroamérica que posee aduana de EE.UU. en sus instalaciones.

El sector agroalimentario y agroindustrial en los últimos quince años, ha dado impulso a la exportación de Productos No Tradicionales, aquellos con valor agregado, aprovechando la innovación, el uso de tecnología, el talento de su fuerza laboral y mayores insumos.

Honduras ha creado nuevas oportunidades de inversión y negocio, al profundizar las cadenas de valor en el sector agroindustrial, con miras a promover el crecimiento en volúmenes y precios de los productos de exportación. Las principales inversiones se visualizan en áreas de valor agregado intermedio, desde el congelamiento hasta la manufactura de productos terminados.

El Sector Turístico de Honduras ha registrado un crecimiento sostenido anual de más del 7%, una de las tasas más altas en la región.

Esto permite abrir múltiples posibilidades de negocio en campos como la hotelería y complejos habitacionales, a fin de atender la creciente demanda.

Aunado a sus múltiples ventajas, y para motivar aún más las inversiones en este creciente sector, el gobierno hondureño ofrece cada vez más incentivos legales, entre ellos la exoneración de varios impuestos.

Esto constituye una excelente motivación para invertir en uno de los renglones más prometedores dentro del país. Además, el gobierno maneja junto con el sector privado un fondo de fomento al turismo destinado a pequeños, medianos y grandes empresarios para el desarrollo de sus proyectos.

La estrategia turística del país consiste en crear oportunidades de negocio en el desarrollo del turismo sostenible, ya que éste aprovecha, promueve y protege el legado natural y cultural del país.

Cuatro aeropuertos internacionales operativos, además de varios puertos capaces de recibir grandes cruceros.

El sector de servicios es uno de los más prometedores para el desarrollo económico de Honduras.

En él se aprovechan efectivamente las capacidades actuales y en vías de desarrollo de la joven población hondureña, entre ellas sus habilidades bilingües, sus conocimientos de la tecnología de la información, y su actitud de servicio al cliente, misma que refleja la natural hospitalidad del hondureño. Igualmente, el sector se ha beneficiado en gran medida por la apertura a la inversión extranjera directa en telecomunicaciones y el suministro de energía eléctrica. Con ello se abren nuevas oportunidades de inversión, al grado que los servicios necesarios para suplir la creciente demanda.

Los programas de capacitación que manejan y desarrollan instituciones de la iniciativa privada y el sector público, alimentan la creciente fuerza laboral de los jóvenes técnicos y empleados que prestan sus servicios a este sector.

ACCESO DIRECTO A MERCADOS CLAVES

Honduras ha tenido éxito en la captación de IED debido al que el marco legal se ha hecho más atractivo para la inversión y se ha mejorado la estabilidad macroeconómica del país. Al compararse con otros países de la región, la inversión acumulada en el caso de Honduras se encuentra en niveles del 30% del PIB, superior a la de Guatemala y El Salvador, y con un alto potencial de crecimiento a juzgar por los niveles de Nicaragua y Costa Rica.

Tradicionalmente, la mayor proporción de los flujos de IED en Honduras ha sido de origen estadounidense. Sin embargo, el notable crecimiento de más de 50% en inversión extranjera entre 2000 y 2007 se atribuye a otros países. A partir del 2004, con la venta de empresas industriales y de telecomunicaciones, creció la contribución de sociedades de capital asiático, inglés y mexicano,

El tratado de libre comercio con los Estados Unidos de América, México, Japón, Canadá, Australia, República Dominicana, Colombia y el sistema de integración Centro América (SICA)

Negociaciones dan pie para la firma de un acuerdo de libre comercio con la unión europea.

SISTEMA POLITICO DEMOCRATICO FAVORABLE A LA INVERSION

A lo largo de más de 28 años, sucesivos gobiernos democráticos en Honduras, reconociendo que el capital internacional es el motor de la economía, han creado un entorno favorable al desarrollo empresarial, promoviendo y protegiendo la inversión privada productiva. A través de la alternabilidad en el poder en forma democrática y pacífica desde 1980 generando incentivos fiscales para la inversión productiva, Leyes que protegen y promueven la inversión extranjera, Exención de impuestos en forma permanente en varias categorías.

Todo el país ha sido designado como Zona Libre. En gran parte las empresas extranjeras están ubicadas en estas zonas y en Zonas Industriales de Procesamiento para la Exportación.

La mayoría de estas empresas se dedican a la confección de ropa, fabricación de artículos deportivos, ensamblaje electrónico, automotriz, industria textil, agroindustria, entre otros.

CONCLUSIONES

- 1) Los costos competitivos de mano de obra es un factor importante para atraer la IED debido a la falta de empleo, lo cual ha convertido al país en un gran receptor de inversiones provenientes de empresas de confecciones y textiles. Esto representa nuevos flujos de capital que llegan a dinamizar la economía y consolidar la estabilidad macroeconómica.
- 2) Los procesos de simplificación administrativa implementados han hecho más eficiente el proceso para realizar inversiones en Honduras lo cual responde a una política de Estado en la cual se busca mejorar los niveles de productividad aumentar las exportaciones generar más empleo y aumentar el nivel de ingreso con el fin de establecer las bases para el desarrollo a más largo plazo.
- 3) En los últimos años el estado hondureño ha decretado leyes y regulaciones que brindan garantías legales, transparencia e incentivos fiscales, aduanales y ventajas competitivas altamente favorables para fomentar la inversión privada aportando de esta forma al crecimiento económico del país.
- 4) Los tratados de libre comercio que Honduras ha suscrito en los cuales eliminan barreras arancelarias permiten que sus productos y servicios tengan acceso directo a los principales mercados del mundo. Esto abre oportunidades para sectores como la micro, pequeña y mediana empresa logren despegar para alcanzar su desarrollo.
- 5) En el aspecto social la educación constituye una herramienta fundamental para el crecimiento y desarrollo de un país, por lo que Honduras está

tomando conciencia respecto a esto. Lo cual impacta directamente en los niveles de producción, atracción de inversiones de firmas importantes, disponibilidad de profesionales altamente capacitados y múltiples programas de capacitación para sus obreros.

RECOMENDACIONES

1. Los factores que siguen impidiendo que Honduras alcance verdaderamente el éxito en materia de inversión son: el acceso al financiamiento, la ineficiencia burocrática, la corrupción, la falta de mano de obra calificada y la seguridad para lo cual los sectores tanto públicos como privados deberán unir esfuerzos afín de crear un entorno que propicie la llegada de mayores flujos de Inversión Extranjera Directa al País.

2. Operacionalizar el Programa Nacional de Competitividad (Honduras Compite) el cual es regulado por la comisión nacional de competitividad en la que existe representación de empresarios, Gobierno y sector laboral cuyo objetivo principal es mejorar el clima de negocios del país, la atracción de inversiones y la promoción de las exportaciones, con el fin de que las empresas pequeñas, medianas y grandes reciban el apoyo que requieren para competir tanto a nivel nacional como internacional.

3. Con el fin de mantener un equilibrio económico y financiero y no depender únicamente de la inversión extranjera el gobierno deberá crear leyes y políticas que permitan crear un entorno competitivo en la micro, pequeña y mediana industria a través de la eliminación de barreras arancelarias en la importación de materias primas y su acceso al crédito, impulsado por el crecimiento de sectores claves como el turismo, las telecomunicaciones, los agros negocios y la maquila.

4. Las autoridades Hondureñas a través de las misiones diplomáticas en el extranjero deben emprender acciones para atraer inversiones que contribuyan con el crecimiento y desarrollo del país mediante la creación de la Dirección de Promoción Externa. Para lo cual se necesita mejorar el ambiente de negocios, el entorno macroeconómico y las capacidades locales, capital humano, base de proveedores e infraestructura científica y tecnológica.

5. Para que la economía Hondureña cumpla con las condiciones básicas para atraer y retener inversión deberá mantener la estabilidad económica; construir un verdadero Estado de Derecho; crear un entorno competitivo para los negocios; promover el desarrollo regional; e igualar las oportunidades a través de la inversión social.

ALTERNATIVAS PROBABLES DE SOLUCION AL PROBLEMA PLANTEADO E INVESTIGADO

Concluida la investigación sobre los efectos de la Inversión Extranjera Directa en la zona metropolitana del valle de sula procedí a identificar las alternativas probables de solución al problema planteado entre las que puedo mencionar las siguientes:

ALTERNATIVA: # 1 “Operacionalizar el Programa Nacional de Competitividad”

Cuyo objetivo principal es mejorar el clima de negocios del país, la atracción de inversiones y la promoción de las exportaciones, con el fin de que las empresas pequeñas, medianas y grandes reciban el apoyo que requieren para competir tanto a nivel nacional como internacional.

ALTERNATIVA: # 2 “Creación de Leyes y Políticas que permitan crear un entorno competitivo a la micro pequeña y mediana industria”

- Para no depender únicamente de la inversión extranjera el gobierno deberá crear leyes y políticas que permitan crear un entorno competitivo en la micro, pequeña y mediana industria atreves de la eliminación de barreras arancelarias en la importación de materias primas y su acceso al crédito. Impulsado por el crecimiento de sectores claves como el turismo, las telecomunicaciones, los agros negocios y la maquila y además poder aprovechar los tratados de libre comercio que Honduras ha suscrito.

ALTERNATIVA: # 3 CREACION DE LA DIRECION DE PROMOCION EXTERNA:

- Empezar acciones en el exterior para atraer inversiones que contribuyan con el crecimiento y desarrollo del país mediante la creación de un Organismo (centro, dirección o agencia) de Promoción de Inversión Extranjera Directa para lo cual se necesita mejorar el ambiente de negocios, el entorno macroeconómico y las capacidades locales, capital humano, base de proveedores e infraestructura científica y tecnológica.

ANALISIS DE LAS ALTERNATIVAS PROBABLES DE SOLUCION

ALTERNATIVA: # 1 “Operacionalizar el Programa Nacional de Competitividad”

Ventaja: Operacionalizar este Programa permitirá desarrollar un rol de mayor importancia, conocer nuevas plataformas de inversión, rubros y sectores con poca o ninguna gestión en el país. Además permitirá que parte de su labor sirva para impulsar la micro, pequeña y mediana empresa, la cual podrá ser fortalecida con los esfuerzos de inversión macro que el país podría albergar y de los cuales estos sectores podrían formar parte en la subcontratación de tareas.

Desventaja:

Si no existe claridad de lo que se pretende podría haber dualidad de esfuerzos con otras instituciones, para evitarlo deberá existir la coordinación y la claridad de funciones en los planes de trabajo a ejecutar.

El programa nacional de competitividad es un organismo con participación pública Y privada en donde su objetivo principal es mejorar el clima de negocios, su mayor Actividad la desarrolla a lo interno de nuestro país brindando información al inversionista que llega a nuestro país, debido a la poca promoción en el exterior y que no existe un organismo para tal fin la IED no alcanza los niveles Esperados.

ALTERNATIVA: # 2 “Creación de Leyes y Políticas que permitan crear un entorno competitivo a la micro pequeña y mediana industria”

Ventajas: Es de suma importancia para el país la participación de estos sectores los cuales contribuyen al crecimiento económico, desarrollo humano, estabilidad macroeconómica los cuales no han sido beneficiados con políticas que permitan una participación competitiva que les permita participar a otro nivel, aumentando sus niveles de exportación y no pensar en que solo pueden realizar labores de producción y comercialización a lo interno del país.

Desventaja: Crear un mayor nivel de competitividad con las grandes industrias, podría generar el desplazamiento de este sector y quizás hasta salir del país al no existir leyes y políticas de clara participación.

La Micro, pequeña y mediana empresa aun no logra superar algunas barreras para su desarrollo, deberá existir una política de estado de apoyo a este sector con la colaboración de grandes empresas, mejorando los niveles de productividad En el país con el fin de reducir los niveles de importación, generar más empleo y Aumentar el nivel de ingreso se establecería las bases para el desarrollo a más Largo plazo.

ALTERNATIVA: # 3 CREACION DE LA DIRECCION DE PROMOCION EXTERNA:

Ventajas: Conjuntar esfuerzos permitirá mayores logros para el país, permitiendo desarrollar una labor en el exterior a costos más bajos, aprovechando el recurso humano acreditado en el exterior y a lo interno preparar un ambiente agradable a la inversión.

Desventaja: Deberá haber un compromiso de estas instituciones con el país, el no hacerlo significara un atraso en nuestro desarrollo económico, social, cultural y político, quizás nunca podremos estar a niveles competitivos con los países que han superado todas estas barreras.

La representación diplomática de nuestro país alrededor del mundo es el camino que en el corto plazo permitiría al país incrementar los niveles de Inversión Extranjera Directa, a través de la promoción de Inversiones en Honduras, para el cual ya existe un marco regulatorio el cual deberá ser revisado y consensuado por los diversos sectores.

SELECCIÓN DE LA ALTERNATIVA POSIBLE DE SOLUCION

Contar con un entorno atractivo a lo interno de nuestro país favorable a la Inversión Extranjera Directa y teniendo claro que Hay que buscar los inversionistas fuera y no esperar que ellos vengan por si solos considero que el estado de Honduras como aporte importante para promover y atraer la Inversión Extranjera Directa deberá unir esfuerzos a través de sus Secretarias de Industria y Comercio y Relaciones Exteriores.

La Secretaria de Industria y Comercio debería facilitar las probables expectativas de negocios en Honduras con el apoyo de sus Unidades y Direcciones ya existentes que todavía no desarrollan un rol de participación en iniciativas de significativa importancia.

La Secretaria de Relaciones Exteriores será la encargada de emprender acciones en el exterior que permitan atraer inversiones que contribuyan al crecimiento y desarrollo del país la cual contara con toda la información que de forma depurada y actualizada pondrá a su disposición la Secretaria de Industria y Comercio. En tal sentido se Creara la Dirección de Promoción Externa la cual desarrollara su labor fuera de nuestras fronteras, con el apoyo de embajadas y consulados.

Para lograrlo se necesita mejorar el ambiente de negocios, el entorno macroeconómico, seguridad jurídica, las capacidades locales, capital humano, base de proveedores e infraestructura científica y tecnológica.

PROPUESTA

PROPUESTA: CREACION DE LA DIRECION DE PROMOCION EXTERNA:

Para promover la atracción de inversión extranjera directa, las exportaciones, la cultura y el turismo resulta imprescindible crear una red de información alrededor del mundo, cuyas funciones principales sean las de detectar oportunidades comerciales en el exterior, apoyar el proceso exportador, captar y eventualmente detectar potenciales fuentes de inversión, seleccionar clientes-meta, poner en práctica programas de promoción comercial, cultural y turística.

El financiamiento es una limitación para la promoción de inversiones en la mayoría de los países en desarrollo. Los gobiernos tienden a percibirlo como un gasto y no como una inversión. Es importante destacar que en los países desarrollados la promoción de inversiones es generalmente financiada por los gobiernos, dadas las tasas de retorno en términos de empleo, el impacto de los gastos locales de los inversionistas extranjeros y los ingresos por impuestos.

Considerando las limitaciones presupuestarias se deberán evitar la duplicación de esfuerzos y crear sinergias para utilizar los escasos recursos eficientemente.

Dado que el Ministerio de Relaciones Exteriores es el ente del Poder Ejecutivo encargado de coordinar las relaciones internacionales de la República, se debe crear la Dirección de Promoción de Inversión como órgano canalizador y encargado de incorporar activamente al servicio exterior Hondureño en las labores de promoción comercial, de la inversión extranjera directa y del turismo en coordinación con las instituciones nacionales públicas y privadas como ser el programa nacional de competitividad, las cámaras de comercio, el Ministerio de Cultura, Artes y Deportes y el Instituto Hondureño de Turismo .

En el proceso de internacionalización de nuestra economía, el mantener una buena imagen del país es vital, así como lo son el manejar información actualizada y el unificar el discurso de promoción que realizan las diferentes entidades nacionales. Es en ese sentido la Dirección de Promoción del Ministerio de Relaciones Exteriores y las entidades de promoción con la intención de coordinar y reforzar las tareas de

promoción comercial y de inversión que se efectúan en el extranjero aprovecharan los recursos que ofrecen las misiones diplomáticas en el exterior.

Honduras tiene que competir en un mundo globalizado en el cual la agresividad y la competitividad económicas determinan el éxito o el fracaso de un país en posicionarse ventajosamente en el mercado internacional. Ante esta realidad, el país debe asumir una política agresiva de promoción de sus ventajas en el mundo exterior.

La Dirección de Promoción se constituye así en el principal apoyo e instancia de coordinación de las misiones en el exterior, a la cual deben dirigir y concentrar todos sus esfuerzos y solicitudes de apoyo en labores de promoción. La Dirección de Promoción coordinará con las instancias apropiadas a escala interna, para satisfacer las necesidades de material e información que emanan de las misiones.

La dirección de Promoción Externa dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores para cumplir con su misión dirigirá su accionar en cuatro áreas fundamentales:

Área de Atracción de Inversiones

Área que promueve la atracción de inversiones extranjeras directas y fomenta la participación de firmas internacionales en las licitaciones de concesión de obra pública. Se tramitan perfiles de proyectos de inversión con las características de los potenciales inversionistas remitidos por los encargados de promoción acreditados en el Servicio Exterior de la República.

Promoción de Inversiones

La promoción de inversiones ha tomado un mayor rol en el esquema de desarrollo nacional ante la apertura del país a nuevos mercados, la identificación de la contribución que hacen las empresas de alta tecnología al desarrollo nacional, mediante la inversión en infraestructura y recursos humanos y la generación de empleo.

Más de 34 mil empleos existen en razón del esquema de zonas francas que ha sido en gran medida el motor generador de inversión extranjera directa apoyado en la estabilidad política, estado de derecho, democracia y alta competitividad del país en desarrollo humano, salud, educación y destreza de la mano de obra.

La atracción de inversión extranjera directa está íntimamente ligada a la diversificación de las exportaciones, a la disminución de la brecha tecnológica y la industrialización del país en nichos de alta tecnología.

La estrategia dirigida a la captación de fondos internacionales como IED a través de las misiones diplomáticas de honduras en el exterior es uno de los pilares en el esquema de la nueva Dirección de Promoción Exterior del Ministerio de Relaciones Exteriores.

Esta se desplegará a través de la Red de Promoción Exterior constituida por los encargados de promoción en cada misión diplomática.

ATRACCIÓN DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA

La atracción de inversión extranjera directa es una de las funciones más relevantes que deben desempeñar los encargados de promoción en el exterior. Debido a su estratégica posición en los países desde donde honduras desea promocionarse como destino de inversiones, los encargados de promoción desempeñaran un papel fundamental como antenas informativas del Gobierno de la República y gestores de inversión. Gracias a la suscripción y aplicación de convenios de cooperación interinstitucional, la Dirección de Promoción actuará conjuntamente con las entidades especializadas en este campo con el fin de ejecutar estrategias aprovechando la estructura propia del Servicio Exterior de la República.

Promoción Comercial

Será el área encargada de promover la oferta exportable de Honduras de cara a su entorno internacional, fomentando la participación de nuestro sector productivo y con la ayuda que puede y debe prestar nuestro Servicio Exterior para tales efectos. Se brindara además información acerca de las estrategias de trabajo de la Dirección de Promoción Externa del Ministerio de Relaciones Exteriores, nuestras Misiones en el exterior, y las Cámaras comercio de Honduras para el fomento de nuestras exportaciones, igualmente se brinda un listado de Ferias Comerciales Internacionales.

Promoción Turística

El área de promoción turística será la encargada de hacer llegar a todas las ciudades en que honduras tiene misiones diplomáticas u oficinas consulares la información, el material, los contactos y demás soporte necesario para que, de acuerdo a sus directrices y a las políticas nacionales, los encargados de promoción den a conocer la enorme gama de opciones que ofrece nuestro país como destino turístico.

Se coordina, también, el suministro de información para la elaboración de estudios de mercado, encuestas, informes de destinos competencia y otros indicadores que Enriquezcan la inteligencia de mercados se tramitan , así mismo, las solicitudes de potenciales inversionistas en ésta área, periodistas o grupos de filmación que desean venir a honduras con el objetivo de escribir acerca de, o filmar, sus sitios turísticos, y cualquier otra que redunde en promoción de la oferta turística de nuestro país.

Promoción Cultural

Información, promoción e incremento de la oferta cultural.

TIPOS DE PROCESOS

Proceso Reactivo

Este proceso ha sido coordinado y combinado con el proceso proactivo para la atracción de inversiones extranjeras directas. Este proceso se centra en el recibimiento, análisis y respuesta de las oportunidades de inversión que se presentan ante las misiones de honduras en el exterior.

Este proceso ha sido coordinado y combinado con el proceso proactivo para la atracción de inversiones extranjeras directas. Este proceso se centra en el recibimiento, análisis y respuesta de las oportunidades de inversión que se presentan ante las misiones de honduras en el exterior.

Para el desarrollo de este primer proceso, los encargados de promoción deben dominar los datos relevantes acerca de la inversión extranjera directa en Honduras, analizar los proyectos de inversión que se les presenten durante el desarrollo de sus funciones, llenar el formulario de Perfil de Proyecto de Inversión con los datos requeridos y remitirlo a la Dirección de Promoción. Posteriormente deben recabar aquella información que sea requerida por parte del Ministerio de Relaciones Exteriores, si así se le requiere.

Factores Competitivos

Para lograr determinar el grado de competitividad con que cuenta el país en materia de inversión extranjera directa a nivel internacional es necesario realizar estudios comparados con otros países receptores de IED. Para ello la Dirección de Promoción estudiará las estadísticas, legislación y ambiente de inversión que remita la misión del país sede donde se encuentra acreditada. En este sentido se espera contar con una base de datos que habilite la creación de estrategias de inversión por sectores prioritarios de interés nacional.

En un mismo orden la competitividad del país se puede medir en relación con la información que proporcionen los diplomáticos acreditados en países desarrollados

generadores de IED, lo que puede ayudar a cruzar los datos en relación con sectores y destinos. Una estrategia proactiva dotara a los encargados de promoción en el exterior de las herramientas de promoción necesarias para abordar a potenciales inversionistas en compañías de sectores predeterminados.

Servicio Personalizado al Potencial Inversionista.

Dentro del Proceso Reactivo, las referencias y requerimientos solicitados por los inversionistas usualmente comienzan con llamadas telefónicas, cartas, correos electrónicos y/o visitas a la misión. En estos casos en donde no se trata de desarrollar un programa proactivo, es decir de salir a buscar compañías o inversionistas determinados bajo una estrategia establecida y previamente coordinada, las misiones deben estar preparadas para recopilar la información de los interesados y canalizar los proyectos de inversión ante la Dirección de Promoción.

La atención al inversionista deberá ser muy personalizada con el fin de crear el mejor ambiente posible y obtener el máximo de información acerca del proyecto. Deberá proporcionársele información acerca del clima de inversión. Se le deberá solicitar al inversionista un perfil claro y detallado de su proyecto.

ACCIONES ESPECIALIZADAS

1. Construir un Plan de Inversiones
2. Consolidar relaciones con inversionistas actuales
3. Desarrollar portafolio de proyectos especializado por sector
4. Desarrollar base de datos de inversionistas por sector
5. Empezar técnicas de promoción de inversiones:
 - Localización del inversionista potencial
 - Investigación del interés del inversionista
 - Telemercadeo

- Establecimiento del contacto
 - Presentación de proyectos de Inversión
 - Reuniones técnicas y financieras
 - Flujo constante de información especializada
6. Generar una relación de largo plazo
 7. Lograr visita al país interesado
 8. Seguimiento constante hasta la inversión.

Principales Funciones de la Dirección de Promoción Externa

- Elaborar, en coordinación con otras instituciones, el Programa Nacional de Promoción Externa de honduras.
- Dirigir la Red Nacional de Promoción Externa de honduras.
- Proponer las instrucciones para las representaciones diplomáticas y consulares, con el objetivo de promocionar el comercio, la cultura, las inversiones, el turismo y las actividades productivas del país.
- Buscar información, a través de las misiones, sobre información de mercados y en materia de promoción comercial, cultura, inversiones, financiamiento, promoción del turismo, de servicios y ferias internacionales, transmitirla a las entidades públicas y privadas que corresponda y coordinar la participación nacional.
- Obtener información de los sectores públicos y privados sobre proyectos de inversión que requieren promoción externa o financiamiento externo y trasladar la información a las misiones, con sus respectivas instrucciones.
- Dar seguimiento a las acciones acordadas con otras instituciones que atañen directamente a las misiones diplomáticas.

- Brindar apoyo logístico a las misiones diplomáticas y consulares para el adecuado cumplimiento de sus funciones de promoción externa.
- Recopilar información macroeconómica y de estructura de mercados, trasladarla a las entidades nacionales competentes y recomendar los cursos de acción correspondientes.
- Velar por el seguimiento y la evaluación del desempeño de la Red Nacional de Promoción y actualizar constantemente la parte programática de ésta.

De la canalización de los procesos de promoción y de información: Básicamente, el proceso de promoción y de información, del denominado Programa de Promoción, tiene como objetivo el de utilizar la capacidad instalada en el Servicio Exterior de la República para el desarrollo del país. Para ese efecto, los encargados designados por las misiones hondureñas en el exterior deberán ejecutar un plan de información y promoción de iniciativas comerciales, culturales, turísticas y de inversión.

Tanto las solicitudes de información como las iniciativas, que pudieren surgir, incluyendo aquellas relativas a actividades comerciales, de inversión, turismo y otras que integren alguno o todos estos aspectos, deben ser canalizados ante la Dirección de Promoción del Ministerio de Relaciones Exteriores quien, una vez evaluadas y procesadas éstas, las coordinará y dejará en manos de la entidad que corresponda, la cual continuará comunicándose directamente con la misión diplomática consular hondureña en el extranjero o con la empresa o sector que representa la oportunidad comercial originaria. La Dirección deberá ser informada de las comunicaciones y en general de todas las gestiones que, tanto la misión como la institución respectiva, realicen durante el desarrollo de este proceso.

De esta manera, al presentarse una oportunidad comercial, de inversión, cultural o turística ante una misión diplomática o consular en el exterior (por ejemplo una feria comercial) el encargado de promoción del Servicio Exterior deberá canalizarla ante la Dirección de Promoción. Esta Dirección, a su vez, canalizará el asunto vía la institución correspondiente el cual continuará comunicándose directamente con la

misión diplomática - consular hondureña en el extranjero o con la empresa o sector que representa la oportunidad comercial originaria.

La Dirección de Promoción llevará a cabo un monitoreo del caso para evaluar el éxito, impacto o desempeño de la iniciativa o programa y de su desarrollo para lo cual la misión deberá, por medio de su encargado, mantener informada a la Dirección de Promoción.

Al contar con una plataforma de información e investigación y un ente coordinador responsable se procede a desarrollar lo que denominare:

Plan de Promoción de Inversión Extranjera Directa para la Zona Metropolitana del Valle de Sula

2010 – 2019

INTRODUCCION

Honduras es un país privilegiado por su ubicación geográfica estratégica y un clima económico estable. Sin embargo, esas ventajas competitivas no bastan por sí solas para insertar a nuestro país en el comercio internacional.

El presente proyecto Plan de Promoción de Inversiones 2010-2019, ha sido preparado con el propósito de generar mayores flujos de Inversión Extranjera Directa. Esta iniciativa debe ser concebida como una de las estrategias macro y de largo plazo tanto por el gobierno central como por la mancomunidad de municipios del valle de sula.

Este trabajo de investigación, detalla la percepción actual de Honduras para el inversionista extranjero, analiza la legislación vigente en materia de inversiones, la competitividad de algunos sectores como potenciales receptores de inversión y recomienda la continuación de las reformas iniciadas para atraer mayores y continuos flujos de inversión extranjera directa.

Este Plan utiliza la estructura típica de un Plan Estratégico, es decir detalla los antecedentes, realizan un análisis coyuntural de fortalezas debilidades, oportunidades y amenazas, propone factores críticos para el éxito, y luego postula objetivos y metas, y finalmente estrategias para lograrlas. El Plan también llega a ser mas específico, pues propone programas para desarrollar cada estrategia, acciones para desarrollar los programas, y registra los responsables de realizar esas acciones.

Para que el Plan se desarrolle exitosamente se ha concebido un horizonte de tiempo de diez años, pero entiende que se deben realizar planes anuales al interior de su organización que garanticen el cumplimiento de lo propuesto. Los planes anuales de trabajo de cada Unidad de Promoción de Inversiones, detallaran a su vez la priorización de estrategias a cumplir, el desglose de los programas que se impulsarán cada año, las acciones, los cronogramas y los presupuestos a utilizar, además de la estructura que apoyará el desarrollo del Plan Anual.

Objetivos del Plan

El objetivo fundamental de la promoción de inversiones en la zona metropolitana del valle de sula es la generación de mayores flujos de inversión.

- Contribuir con la ejecución de las estrategias de desarrollo del país, de acuerdo con los lineamientos de la política internacional de honduras, las evaluaciones y análisis de la coyuntura política y económica del mercado internacional y de los países y regiones en específico.
- Articular y ejecutar una política de promoción externa del país.
- Coordinar esfuerzos de las instituciones públicas y los entes privados en el esfuerzo de promoción externa de honduras.
- Lograr el eficiente desempeño del Servicio Exterior de honduras para la consecución de los objetivos de desarrollo del país.
- Desarrollar entorno institucional asociado a IED.
- Preferiblemente atraer IED con tecnología de punta (producción con alto valor agregado).
- Desarrollo sectores estratégicos exportadores, con IED
- Generar empleos de calidad y mejorar ingresos.
- Contribuir al mejoramiento de los servicios, vivienda e infraestructura a través de la participación privada.

Metas del Plan

- Aprobar una Política de Estado para la Inversión Extranjera Directa
- Como mínimo, multiplicar por 5 el promedio de IED hacia el sector Privado, hasta obtener *US\$ 9.000 millones acumulados en el año 2019.*
- Contribuir al *crecimiento y la diversificación de las exportaciones no tradicionales.*
- Crear por lo menos *400.000 nuevos empleos directos* hasta el año 2019
- Generar IED por montos superiores a *US\$ 3.6 00 millones* en los primeros cuatro años del Plan.

Estrategias del Plan

1. Fortalecer seguridad jurídica
2. Generar consenso en todos los sectores sobre necesidad de IED
3. Desarrollar capital humano
4. Utilizar facilidades en Zonas Francas para IED
5. Complementar el Plan de Promoción de Exportaciones
6. Desarrollar Sistema Nacional de Promoción de IED
7. Fortalecer Programa Nacional de Competitividad para cumplir su rol de mejorar el clima de negocios del país, la atracción de inversiones y la promoción de las exportaciones
8. Promover IED en nichos estratégicos (clusters):
 - Agroindustria y proyectos forestales
 - Turismo
 - Energía Renovable
 - Acuicultura y Pesca
 - Construcción de Viviendas
 - Tecnologías de la Información y comunicación
 - Privatización y concesión de servicios públicos e infraestructura

- Otros sectores según la demanda y disponibilidad de recursos financieros y humanos

Posicionamiento y estrategia de posicionamiento

Posicionamiento:

La Zona Metropolitana del Valle de Sula de Honduras deberá ser posicionada como un lugar emprendedor en donde la economía Hondureña cumpla con las condiciones básicas para atraer y retener inversión. Como ser:

- Mantener la estabilidad económica; construir un verdadero Estado de Derecho;
- Crear un entorno competitivo para los negocios;
- Promover el desarrollo regional; e igualar las oportunidades a través de la inversión social.

Su posicionamiento de país debe ser sinónimo de Oportunidades de negocios alejadas de la vorágine política, con sectores económicos que todavía brindan oportunidades de desarrollo para empresas competitivas y con ventajas tecnológicas.

Estrategia de Posicionamiento:

Se venderá la imagen del país a través de mayor presencia gubernamental en El mundo, llevando un mensaje del sector privado a canales corporativos Internacionales mediante propuestas sectoriales atractivas.

Mezcla de Mercadeo

Producto:

La Zona Metropolitana del Valle de Sula (Honduras) será presentada como destino atractivo por, sus ventajas competitivas sectoriales, recursos humanos, recursos naturales y atractivos turísticos.

Precio:

Será lo que se ofrecerá al inversionista en términos cuantitativos: Incentivos, servicios de facilitación, ventajas de localización en Honduras y Centro América.

Promoción:

Mediante investigación de mercados, mercadeo directo, misiones de Inversión, oficinas de promoción en el exterior realizando mercadeo Dirigido, eventos especiales y seminarios especializados.

Plaza:

Serán las fuentes de inversión los Estados Unidos (20% de la inversión Esperada), Latinoamérica (20%), Europa (20%), Canadá (10%), y Asia (20%).

Nombramiento de Encargados de Promoción:

A solicitud de la Dirección de Promoción, las diferentes misiones en el exterior nombraron uno o varios Encargados de Promoción para que funjan como enlace entre ambas entidades. Dichas personas son los encargados de llevar a cabo los Programas de atracción de inversión extranjera, Promoción turística y comercial.

Boletín Mensual: PROMOCIÓN

El Boletín mensual es de carácter informativo y su objetivo principal es el crear una red de comunicación en el servicio exterior en materia de promoción comercial, cultural, turística y de inversión.

Cada embajada puede producir resúmenes de inversiones siguiendo un formato uniforme preestablecido.

La dirección de promoción de inversión debería proveer a las embajadas y consulados con boletines electrónicos que puedan distribuir. El material debe ser traducido localmente.

El propósito es fomentar la participación del Servicio Exterior en actividades de promoción, éstas, a su vez, pueden motivar a las demás Misiones para la realización de otros eventos similares en sus respectivos países.

Manuales de Promoción

Para la ejecución del plan nacional de promoción la dirección de promoción exterior ha creado cuatro manuales operacionales dirigidos al Servicio Exterior: Manual de Comercio, Manual Cultural, Manual para la Atracción de Inversiones y Manual de Promoción y Atracción de Inversión Turística.

Los manuales no sólo colaborarán en la capacitación y dirección de los encargados de promoción sino que proporcionara base de datos y contactos importante para la facilitación de los proyectos de promoción; además facilitará y depurara la coordinación interinstitucional con las entidades del ramo y nuestras misiones en el exterior.

El Programa de Promoción se plantea con el fin de coordinar los esfuerzos de las instituciones y organizaciones nacionales hondureñas para promover el comercio, el turismo, la cultura y la atracción de inversiones a través del Servicio Exterior.

La comunicación y coordinación interinstitucional se ejecutara por intermedio de la Dirección de Promoción del Ministerio de Relaciones Exteriores para lo cual se han establecido dos objetivos principales:

- Formular acciones y políticas orientadas a la promoción, ampliación y profundización de las relaciones económicas bilaterales y multilaterales de

Honduras en aras de apoyar el fomento de las exportaciones, el turismo y la atracción de inversión extranjera.

- Coordinar los esfuerzos de los sectores privado y público para promover el comercio, el turismo, la cultura y la atracción de inversiones, a través de la utilización eficiente de la capacidad instalada del Servicio Exterior Hondureño y el establecimiento de alianzas comerciales.

El Programa de Promoción coordina sus actividades conjuntamente con las instituciones nacionales oficiales mas especializadas del país en el campos de la promoción del comercio, el turismo, la cultura y de la atracción de inversiones creando por tanto la red nacional de promoción más efectiva en el campo de la proyección promocional de Honduras hacia el comercio internacional

El Gobierno de la República de Honduras por medio del Ministerio de Relaciones, a través del cuerpo diplomático en el exterior, ha definido como prioritaria la Atracción de Inversión Extranjera (IED) en aquellas áreas que contribuyan al desarrollo económico y social del país estableciendo un sistema que le permita presentar una imagen de país consistente y unívoca hacia el exterior.

Potenciar la promoción del comercio, las inversiones, la cultura y el turismo a través de las misiones diplomáticas y consulares de Honduras en el exterior, con apoyo técnico y cooperación Inter.-institucional entre el Ministerio de Relaciones Exteriores y las instituciones de mayor desarrollo técnico, es el fundamento del Programa de Promoción de Honduras.

Programas y actividades

Fortalecimiento Sistema Nacional de Promoción de Inversiones

- Diseño y aprobación de Política de Estado para IED
- Desarrollo de Red Interna de Promoción de Inversiones

- Diseño organizacional e implementación de Unidad de Promoción de Inversiones.
- Revisión y diseño nueva plataforma de incentivos a la IED
- Diseño y ejecución de Planes Anuales de Trabajo
- Acciones de corto plazo para fortalecer la seguridad jurídica

Reducción de Percepción Riesgo País

- Capacitación en los métodos de cálculo de riesgo país
- Apoyar generación consenso mínimo sobre Pacto Fiscal
- Gestión proactiva con instituciones calificadoras

Desarrollo Imagen País

- Desarrollo slogan y logo del país
- Diseño y financiamiento campaña de riesgo país internacional
- Compromiso de Actores Red Básica Promoción con campaña

Sistema de Información para ID

- Estudios sectoriales de potencialidad de IED
- Desarrollo base de datos de potenciales inversionistas por sector
- Investigación de mercados para identificar proyectos de inversionistas
- Desarrollo banco nacional de proyectos de inversión
- páginas WEB especializadas

Ejecución Promoción de Inversiones

- Reclutamiento y entrenamiento de promotores
- Acercamiento a corporaciones que necesiten invertir en expansión
- Mercadeo dirigido a inversionistas metas por sector y actividad

- Promoción internacional de proyectos (físicamente / Internet)
- Generar visita de inversionistas al país
- Seguimiento hasta concretar la Inversión
- Impulsar la reinversión de empresas establecidas en Honduras

Apoyo PRE / Post Inversión

- Asesoría al inversionista potencial
- Desarrollo de instrumentos legales favorables a la IED
- Acuerdos internacionales (doble tributación, protección de inversiones)
- Impulsar el fortalecimiento del sistema financiero
- Seguimiento y apoyo operativo a inversionistas establecidos
- Creación de Red pro-seguridad y eficiencia jurídica y Corte Especializada (tipo Contencioso administrativo).

Mejoramiento Competitividad de Sectores

- Apoyar la Comisión Nacional de Competitividad
- Promover alianzas estratégicas entre empresas
- Facilitación de alianzas sectoriales en MIPYME
- Investigación, Tecnología y Agregación de Valor a Productos
- Financiamiento investigación tecnológica

Incorporación Nuevas Áreas Geográficas

- Mega-proyectos incorporación distintas Cuencas Hidrográficas.

Financiamiento Exportadores / Construcción Viviendas

- Atraer ID hacia Fondos especializados tipo: FOREX (Fondo de Reactivación del Sector Exportador), FECAPE (Fondo de Capitalización de Empresas Exportadoras), Fondo de Inversiones del Inmigrante y Otros.

Desarrollo proyectos de IED en sectores estratégicos

En cada sector se desarrollará la siguiente secuencia:

- Análisis sectorial
- Identificación y adaptación de proyectos
- Identificación de inversionistas
- Promoción de proyectos
- Seguimiento Post-Inversión

Capacitación Empresarial y Laboral

- Capacitación técnica apoyada por Centros de Desarrollo Regional
- Alianzas entre universidades e inversionistas
- Capacitación gubernamental (Becas)
- Pasantías con inversionistas
- Capacitación gerencial de empresarios

Bolsa de Empleos para el Inversionista

- Desarrollo agencia de colocaciones
- Alianzas pro-empleo con Cámaras sectoriales
- Desarrollo de plataforma para establecer programa de generación de Empleos (incentivos a inversionistas)

Privatización de empresas públicas

- Empresas Eléctricas (generación y distribución)
- Empresas de Telecomunicaciones
- Empresa de Correos
- Empresas de Agua

Concesión de Obras Públicas y Servicios

- Carreteras principales y secundarias
- Puertos
- Aeropuertos
- Aduanas

Facilitadores y responsables de desarrollar los programas

- Poder Ejecutivo y sus secretarías de estado
- Poder legislativo
- Poder Judicial
- Municipalidades del valle de sula
- cámaras de comercio
- Instituciones Bancarias
- Sociedad Civil
- Universidades.

ANEXOS

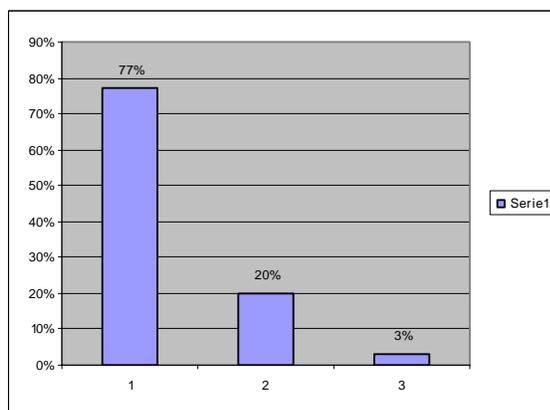
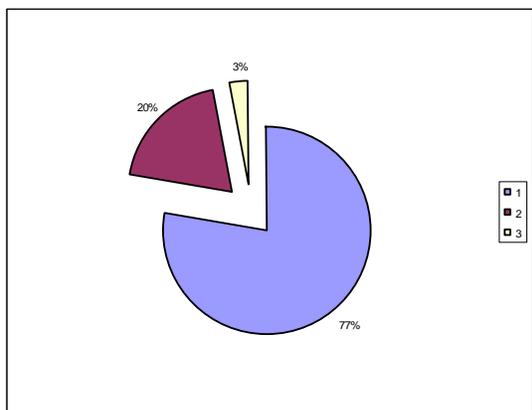
HALLAZGOS Y TABULACION DE LOS DATOS DE LA ENCUESTA

1. ¿Considera usted que la inversión extranjera directa ha encontrado en la Zona Metropolitana del Valle de Sula alternativas distintas a las que ofrecen otros países?

	RESPUESTA:	Valor Absoluto	Valor Relativo
1	SI	55	77%
2	NO	14	20%
3	NO SE	2	3%
	Total Respuestas	71	100%

HALLAZGOS:

La investigación reveló que un 77% considera que la IED, si ha encontrado en la Zona Metropolitana del Valle de Sula alternativas distintas a las que ofrecen otros países en cambio un 20% considera que no y apenas un 3% no sabe.

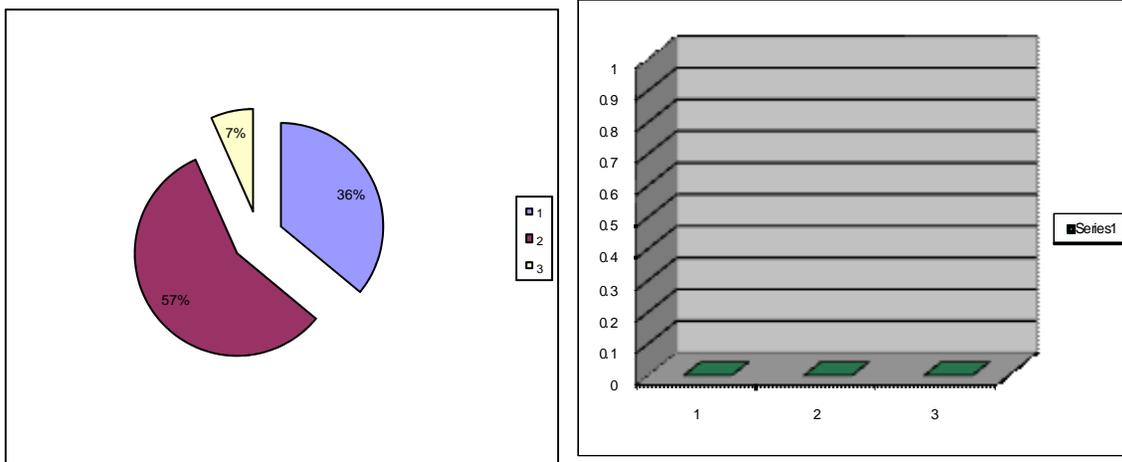


2. ¿Cuáles son las alternativas que ofrece Honduras a la Inversión extranjera directa?

RESPUESTA:	Valor Absoluto	Valor Relativo
1 Mano de obra barata	144	54%
2 Regímenes especiales	124	46%
3 Apertura comercial		
Total Respuestas	268	100%

HALLAZGOS:

Los encuestados consideran que la alternativa más importante que ofrece Honduras a la IED es su mano de obra barata, seguido de los regímenes especiales y la apertura comercial.

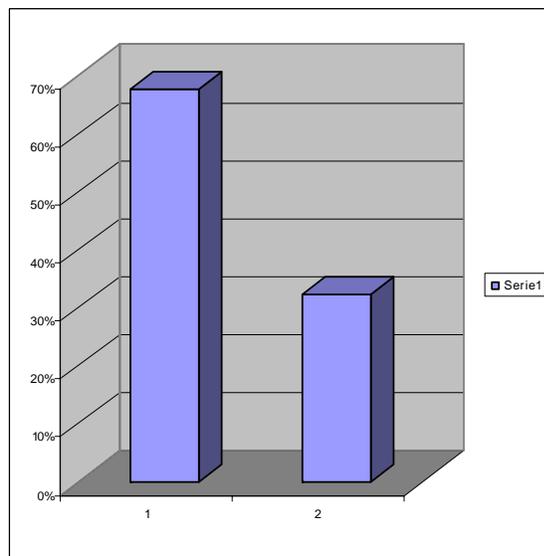
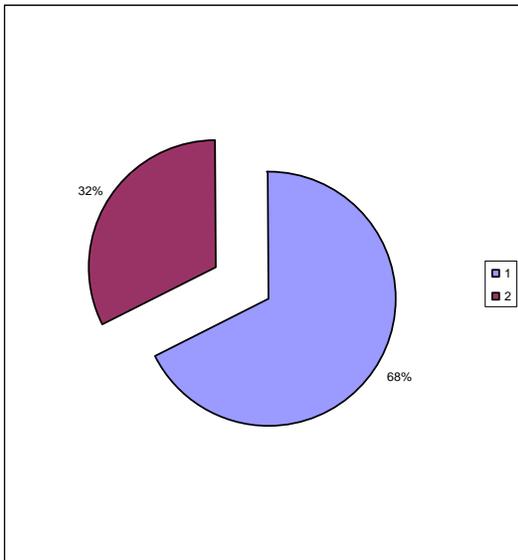


3. ¿El inversionista extranjero recibe suficiente apoyo gubernamental?

	RESPUESTA:	Valor Absoluto	Valor Relativo
1	SI	48	68%
2	NO	23	32%
	Total Respuestas	71	100%

HALLAZGOS:

El 68% de los encuestados considera que el inversionista extranjero si recibe suficiente apoyo gubernamental en cambio un 32% considera que no.

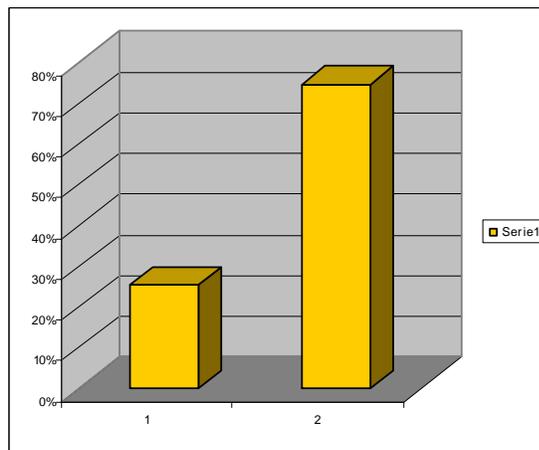
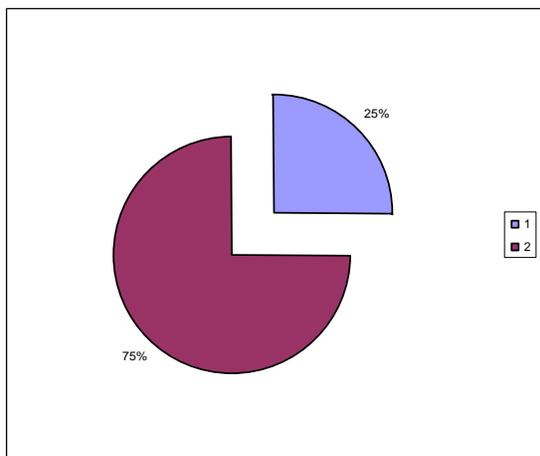


4. ¿La empresa privada nacional recibe con agrado la Inversión extranjera directa?

RESPUESTA:		Valor Absoluto	Valor Relativo
1	SI	18	25%
2	NO	53	75%
3	NO SE	0	0%
		71	100%

HALLAZGOS:

La investigación revela que un 75% considera que la empresa privada nacional no recibe con agrado la IED y solo un 25% cree que sí.

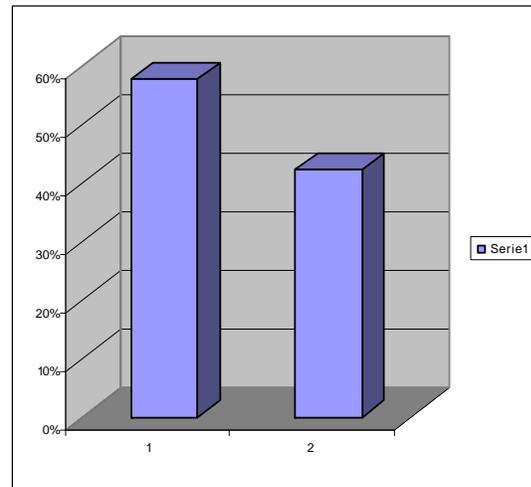
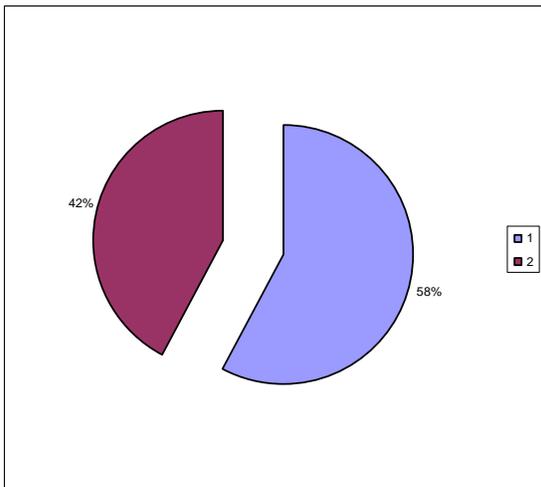


5. ¿Cree que la Inversión Extranjera Directa se instala en la Zona Metropolitana del Valle de Sula porque existe seguridad jurídica?

	RESPUESTA:	Valor Absoluto	Valor Relativo
1	SI	41	58%
2	NO	30	42%
	Total Respuestas	71	100%

HALLAZGOS:

Un 58% de los encuestados considera que la IED se instala en la Zona Metropolitana del Valle de Sula porque existe la suficiente seguridad jurídica, en cambio un 42% considera que no la hay.

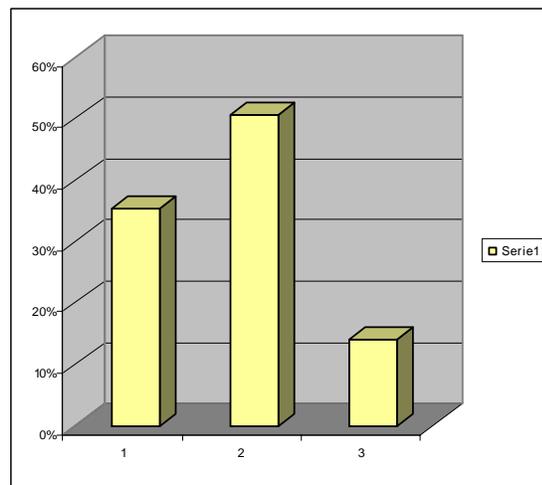
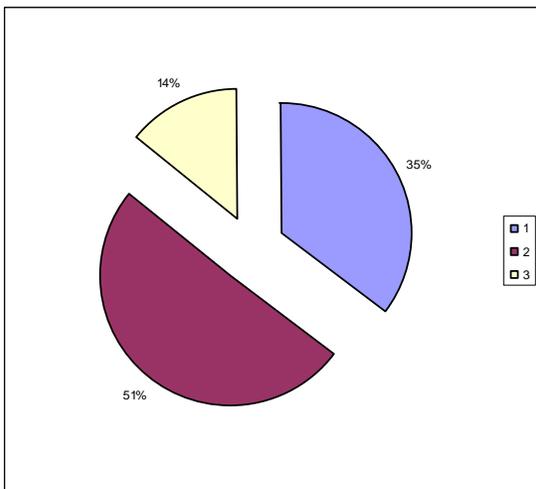


6. ¿La estabilidad Macroeconómica del país podría ser una razón para la llegada de la Inversión extranjera directa?

	RESPUESTA:	Valor Absoluto	Valor Relativo
1	SI	25	35%
2	NO	36	51%
3	NO SE	10	14%
	Total Respuestas	71	100%

HALLAZGOS:

Un 51% de los encuestados considera que la estabilidad macroeconómica del país no es una razón importante para la llegada de la IED, pero un 35% cree que si y apenas un 14% NO sabe.

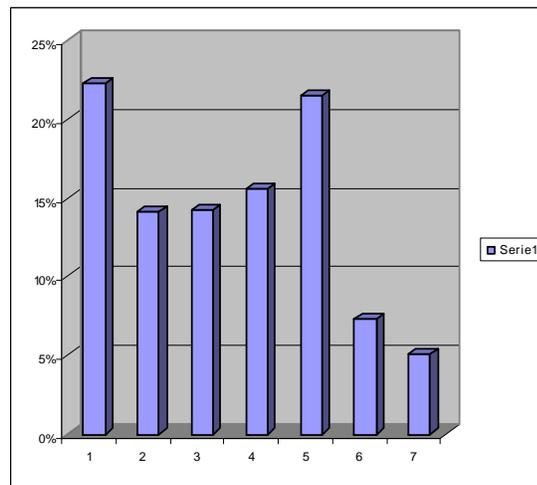
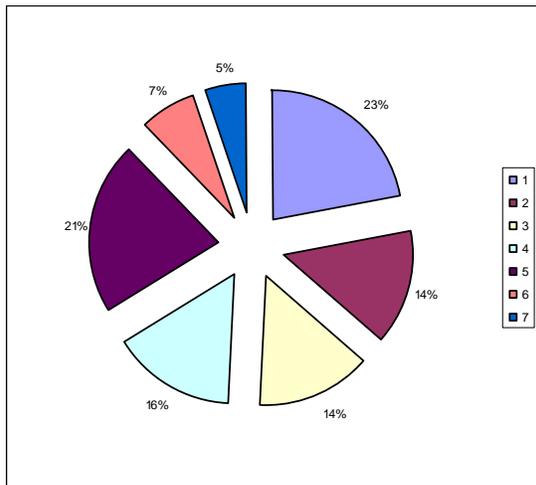


7. ¿De dónde proviene la mayor Inversión Extranjera Directa que llega a la Zona Metropolitana del Valle de Sula?

RESPUESTA:	Valor Absoluto	Valor Relativo
1 Norte América	428	22%
2 Sur América	271	14%
3 Centro América	274	14%
4 Europa	299	16%
5 Asia	413	21%
6 África	140	7%
7 Oceanía	97	5%
Total Respuestas	1922	100%

HALLAZGOS:

Los encuestados, consideran que la IED instalada en la Zona Metropolitana del Valle de Sula proviene mayormente de Norteamérica y Asia y en mediana proporción de Europa, Sudamérica y Centroamérica.

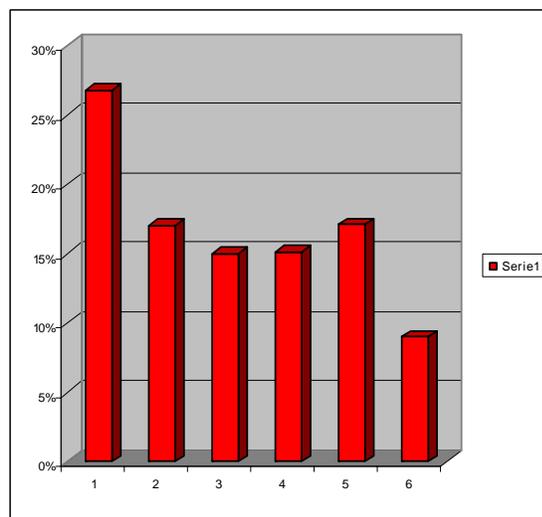
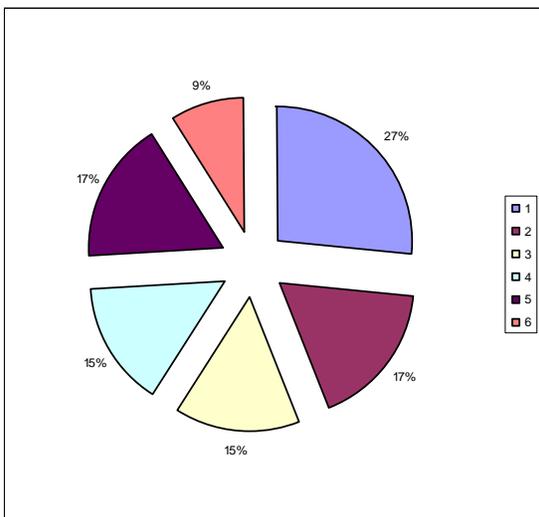


8. ¿Cuál es el rubro en el cual destaca la Inversión Extranjera Directa en la Zona Metropolitana del Valle de Sula en Honduras?

RESPUESTA:	Valor Absoluto	Valor Relativo
1 Industria	393	27%
2 Agroindustria	250	17%
3 Turismo	20	15%
4 Telecomunicaciones	222	15%
5 Comercio	251	17%
6 Otros explique	132	9%
Total Respuestas	1468	100%

HALLAZGOS:

La investigación revela que el rubro en el que más se destaca la IED en la Zona Metropolitana del Valle de Sula es la industria y en mediana escala están el comercio, la agroindustria, el turismo y las telecomunicaciones.

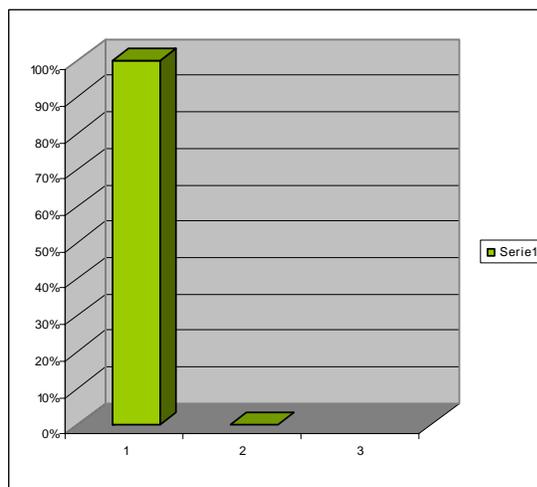
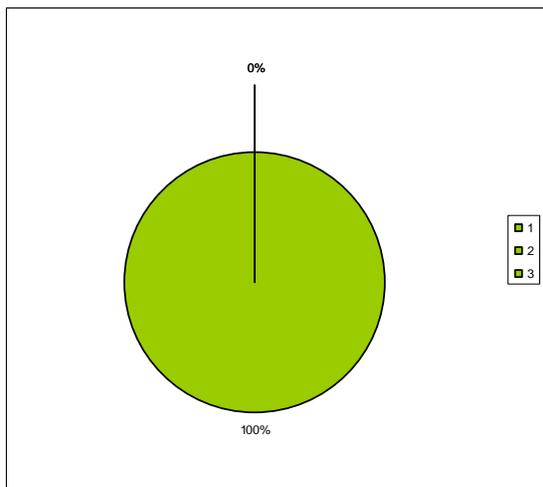


9. ¿La cercanía a Puerto Cortés coloca a la Zona Metropolitana del Valle de Sula en Ventaja competitiva con el resto del país para atraer la Inversión Extranjera Directa?

RESPUESTA:		Valor Absoluto	Valor Relativo
1	SI	71	100%
2	NO	0	0%
Total Respuestas		71	100%

HALLAZGOS:

El 100% de los encuestados considera que la cercanía a Puerto Cortés permite atraer I a IED y coloca a la Zona Metropolitana del Valle de Sula con una ventaja absoluta frente al resto del país.

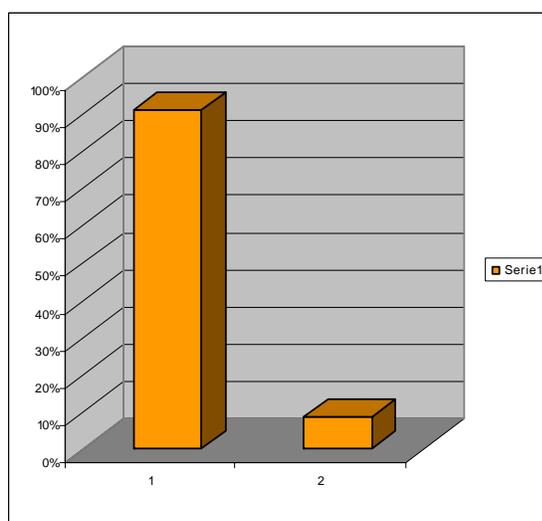
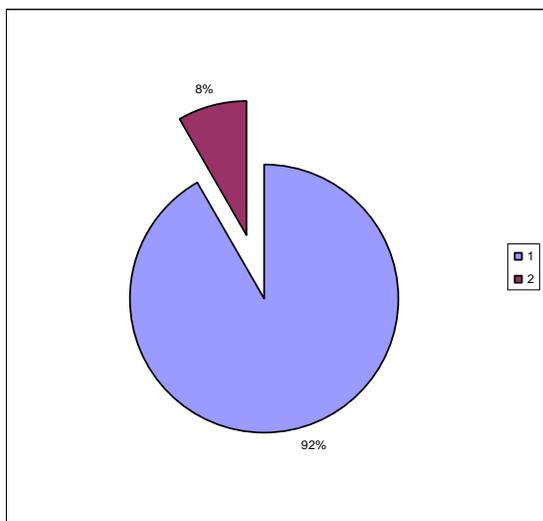


10. ¿La Inversión Extranjera Directa contribuye al desarrollo social y económico de la Zona Metropolitana del Valle de Sula de Honduras?

	RESPUESTA:	Valor Absoluto	Valor Relativo
1	SI	65	92%
2	NO	6	8%
	Total Respuestas	71	100%

HALLAZGOS:

Un 92% de los encuestados considera que la IED si contribuye al desarrollo social y económico de la Zona Metropolitana del Valle de Sula y apenas un 8% considera que NO.

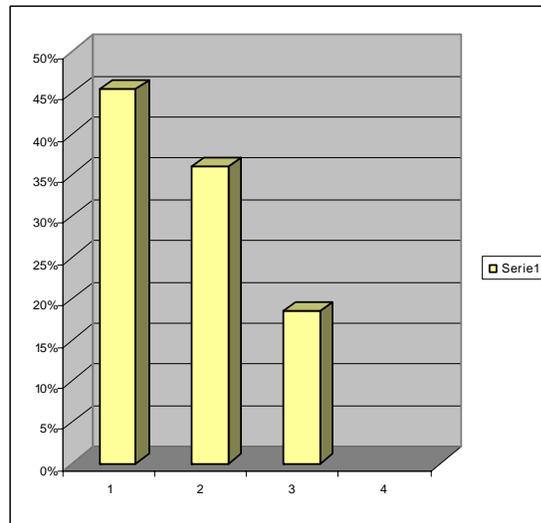
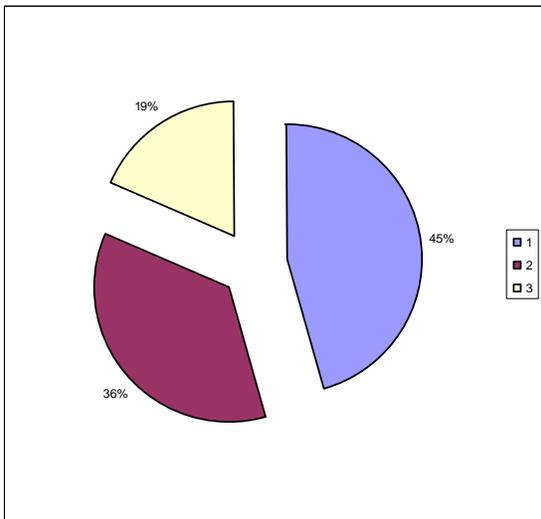


11. ¿La mano de obra que contratan las Cías. De Inversión Extranjera Directa ubicadas en la Zona Metropolitana del Valle de Sula de Honduras proviene de:

RESPUESTA:	Valor Absoluto	Valor Relativo
1 Zona del Valle de Sula	179	45%
2 Resto del país	142	36%
3 Fuera de Honduras	73	9%
Total Respuestas	394	100%

HALLAZGOS:

La investigación revela que la mano de obra que contratan las Cías de IED proviene en su mayoría de la Zona Metropolitana del Valle de Sula, otra parte proviene del resto del país y escasamente fuera de Honduras.

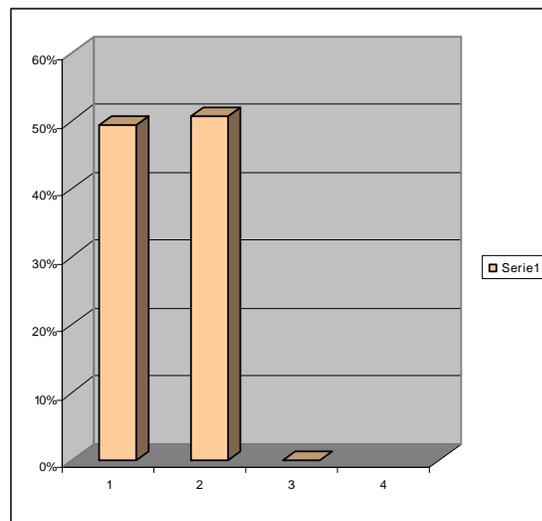
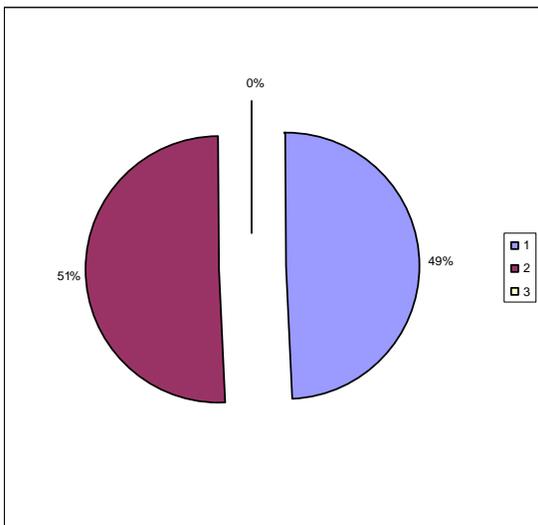


12. ¿Cree que la Inversión Extranjera Directa que se instala en la Zona Metropolitana del Valle de Sula de Honduras es:

	RESPUESTA:	Valor Absoluto	Valor Relativo
1	Permanente	35	49%
2	Temporal	36	51%
3	No sabe	0	0%
	Total Respuestas	71	100%

HALLAZGOS:

Un 51% de los encuestados considera que la IED instalada en la Zona Metropolitana del Valle de Sula es de carácter temporal, en cambio un 49% afirma que es permanente.

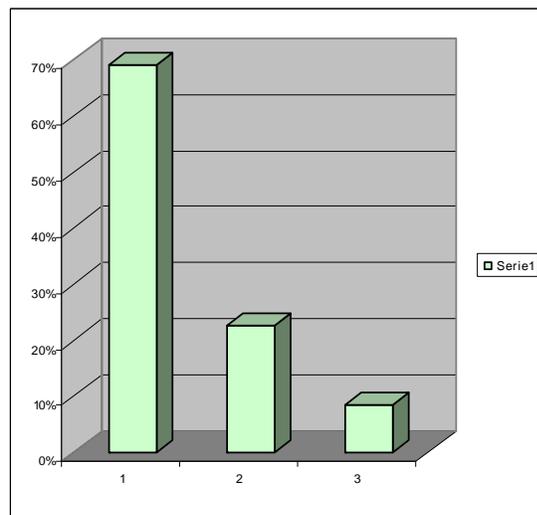
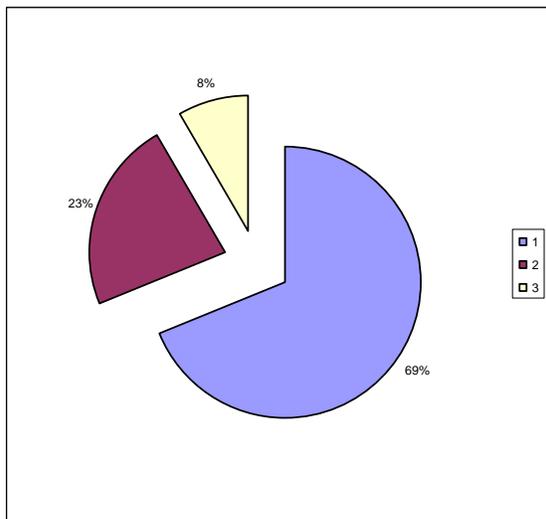


13. ¿Las compañías extranjeras pagan mejores salarios que las empresas nacionales?

	RESPUESTA:	Valor Absoluto	Valor Relativo
1	SI	49	69%
2	NO	16	23%
3	NO SE	6	8%
	Total Respuestas	71	100%

HALLAZGOS:

La investigación revelo que un 69% de los encuestados considera las Cías. Extranjeras SI pagan mejores salarios que las empresas nacionales, un 23% considera que NO y un 8% NO SABE.

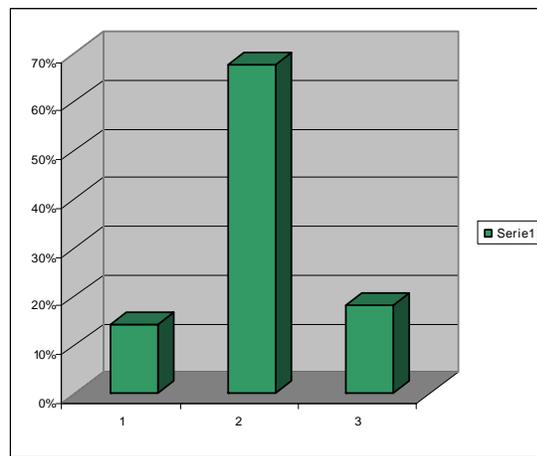
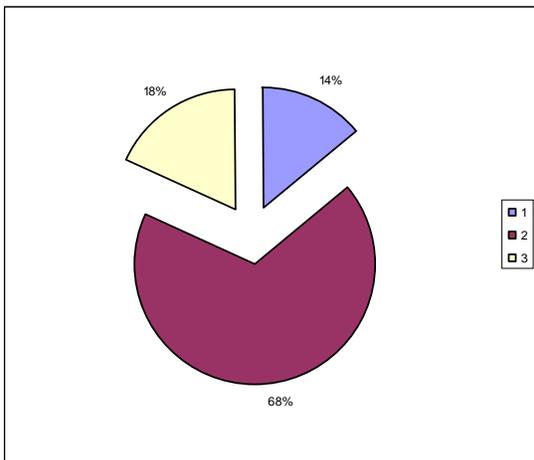


14. ¿Cuál es el efecto que provoca la Inversión Extranjera Directa sobre la PYME?

RESPUESTA:	Valor Absoluto	Valor Relativo
1 LA FORTALECE	10	14%
2 LA DEBILITA	48	68%
3 NO SABE	13	18%
Total Respuestas	71	100%

HALLAZGOS:

Un 68% de los encuestados considera que IED debilita la PYME; un 14% considera que SI la fortalece y un 18% NO SABE.

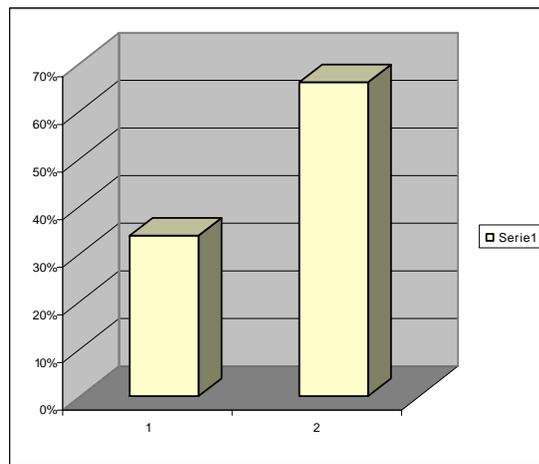
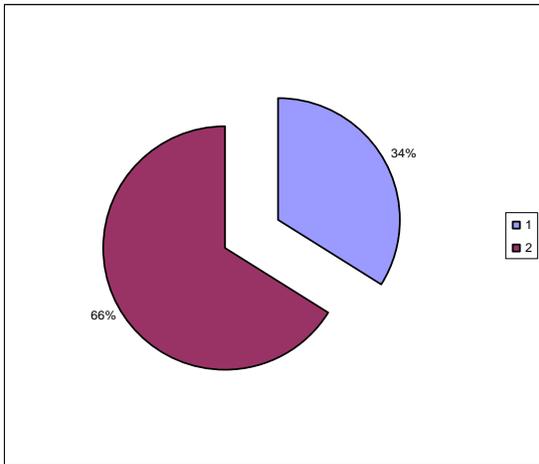


15. ¿Se garantiza suficiente oferta de energía eléctrica para que la Inversión Extranjera Directa opere en la Zona Metropolitana del Valle de Sula, Honduras?

	RESPUESTA:	Valor Absoluto	Valor Relativo
1	SI	24	34%
2	NO	47	66%
	Total Respuestas	71	100%

HALLAZGOS:

Un 66% de los encuestados considera que el país NO ofrece la suficiente generación de energía eléctrica que demanda la IED en cambio un 34% considera que SI.

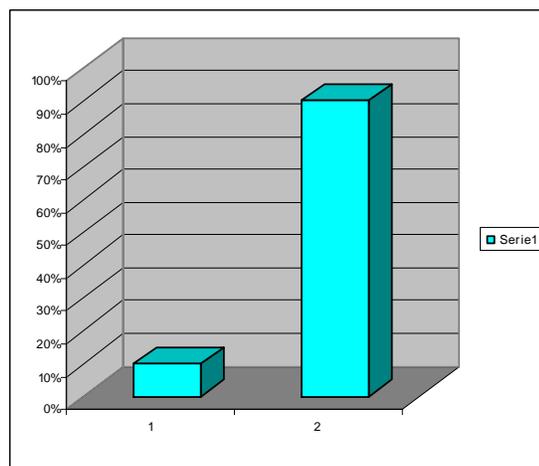
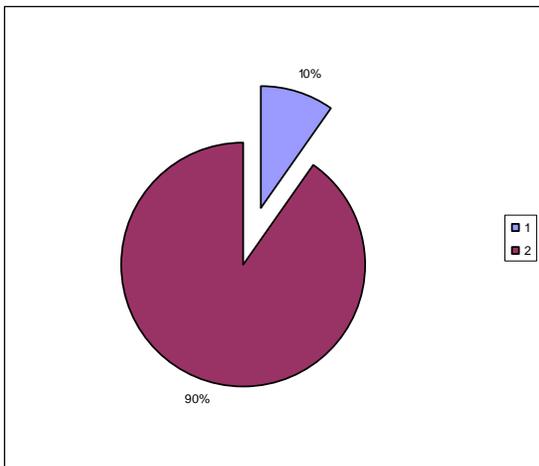


16. ¿Cree que Honduras garantiza seguridad para ejecutivos o empleados de compras extranjeras?

	RESPUESTA:	Valor Absoluto	Valor Relativo
1	SI	7	10%
2	NO	64	90%
	Total Respuestas	71	100%

HALLAZGOS:

El 90% de los encuestados considera que Honduras No garantiza la suficiente seguridad para ejecutivos o empleados de las cías extranjeras y apenas un 10% considera que SI.

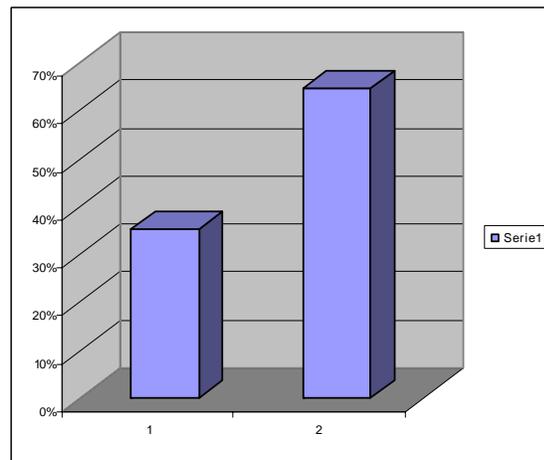
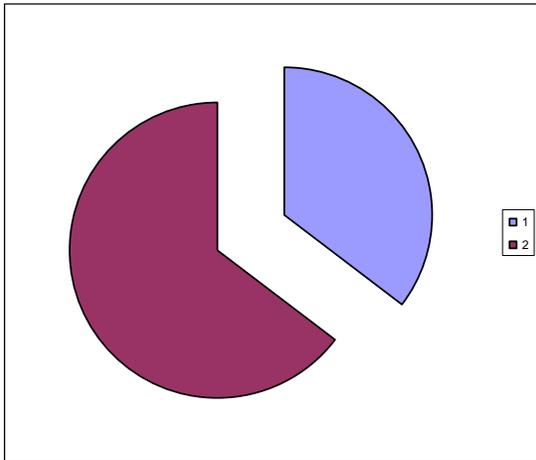


17. ¿Considera que el país cuenta con suficiente infraestructura para albergar la Inversión Extranjera?

	RESPUESTA:	Valor Absoluto	Valor Relativo
1	SI	25	35%
2	NO	46	65%
	Total Respuestas	71	100%

HALLAZGOS:

La investigación revela en un 65% que los encuestados consideran que el país no cuenta con la suficiente infraestructura para albergar La IED, sin embargo un 35% considera que el país SI la posee.

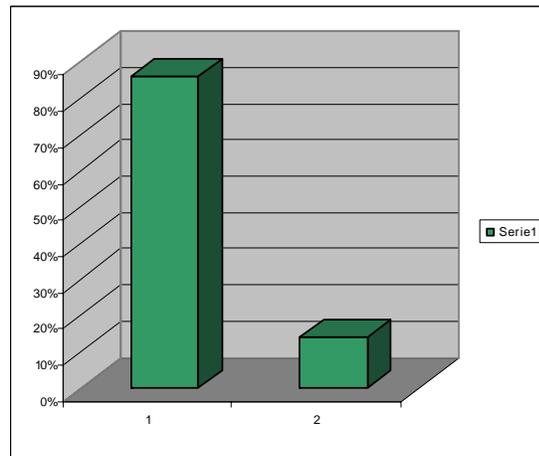
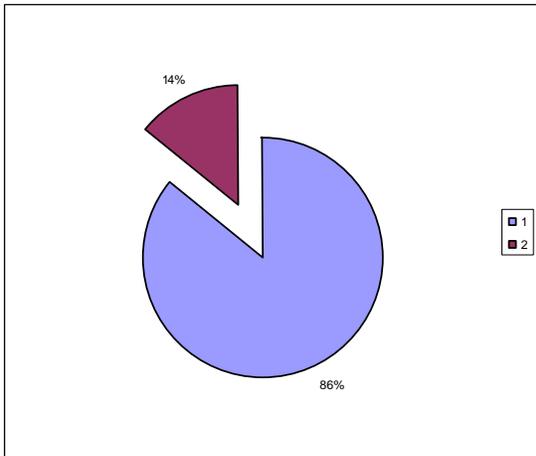


18. ¿Piensa que el TLC atraerá la Inversión Extranjera al país?

	RESPUESTA:	Valor Absoluto	Valor Relativo
1	SI	61	86%
2	NO	10	14%
	Total Respuestas	71	100%

HALLAZGOS:

Un 86% de los encuestados considera que el TLC si atraerá la IED al país, en cambio un 14% considera que NO.

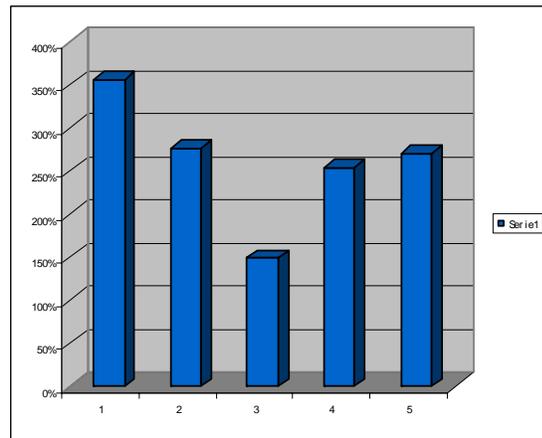
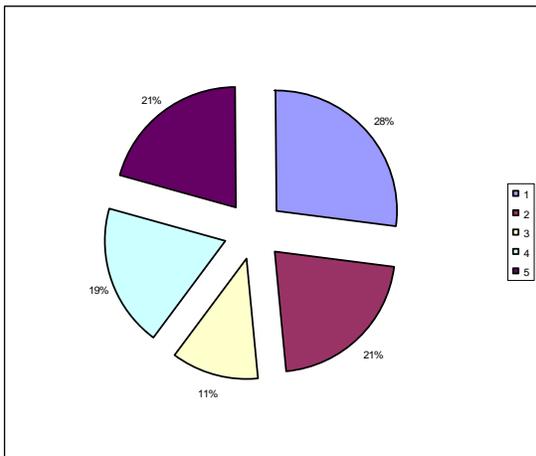


19. ¿Qué contribución aporta la inversión extranjera directa a la Zona Metropolitana del Valle de Sula de Honduras?

RESPUESTA:	Valor Absoluto	Valor Relativo
1 Desarrollo en infraestructura	253	356%
2 Avance Tecnológico	196	276%
3 Cuidado al medio ambiente	106	149%
4 Desarrollo al recurso Humano	180	254%
5 Ninguno	192	270%
Total Respuestas	927	100%

HALLAZGOS:

La investigación revela que la IED aporta al país desarrollo en infraestructura, avance tecnológico y desarrollo al recurso humano.



FLUJOS DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA POR ACTIVIDAD ECONÓMICA

(En millones de dólares Estadounidenses)

	2006 ^P	2007 ^P	2008 ^P	Variación Absoluta		Variación Relativa %	
				2007/2006	2008/2007	2007/2006	2008/2007
Industria Textil	127.3	197.6	84.7	70.3	-113.0	55.2	-57.2
Comercio	16.3	5.8	0.5	-10.5	-5.3	-64.5	-90.9
Agricultura y Pesca	8.2	4.3	-1.7	-3.9	-6.0	-47.3	-138.7
Servicios a las Empresas	32.0	20.0	4.7	-11.9	-15.4	-37.3	-76.7
Componentes Electrónicos	2.3	-5.3	-4.0	-7.6	1.3	-331.3	-24.3
Productos Plásticos	0.4	0.1	0.0	-0.3	-0.1	-77.5	-100.0
Fab. de Muebles y Productos de Madera	0.5	-1.5	-1.2	-2.0	0.2	-376.9	-15.7
Tabaco	-0.1	-3.6	1.4	-3.5	4.9	-	-137.7
Productos de Cartón	-9.1	1.9	0.0	11.0	-1.9	-120.9	-100.0
Productos Químicos	0.0	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0	467.2
Energía	0.5	0.0	0.0	-0.5	0.0	-96.3	-100.0
Otras Industrias	6.7	0.2	0.9	-6.5	0.7	-97.1	351.8
TOTAL	185.0	219.6	85.2	34.6	-134.4	18.7	-61.2

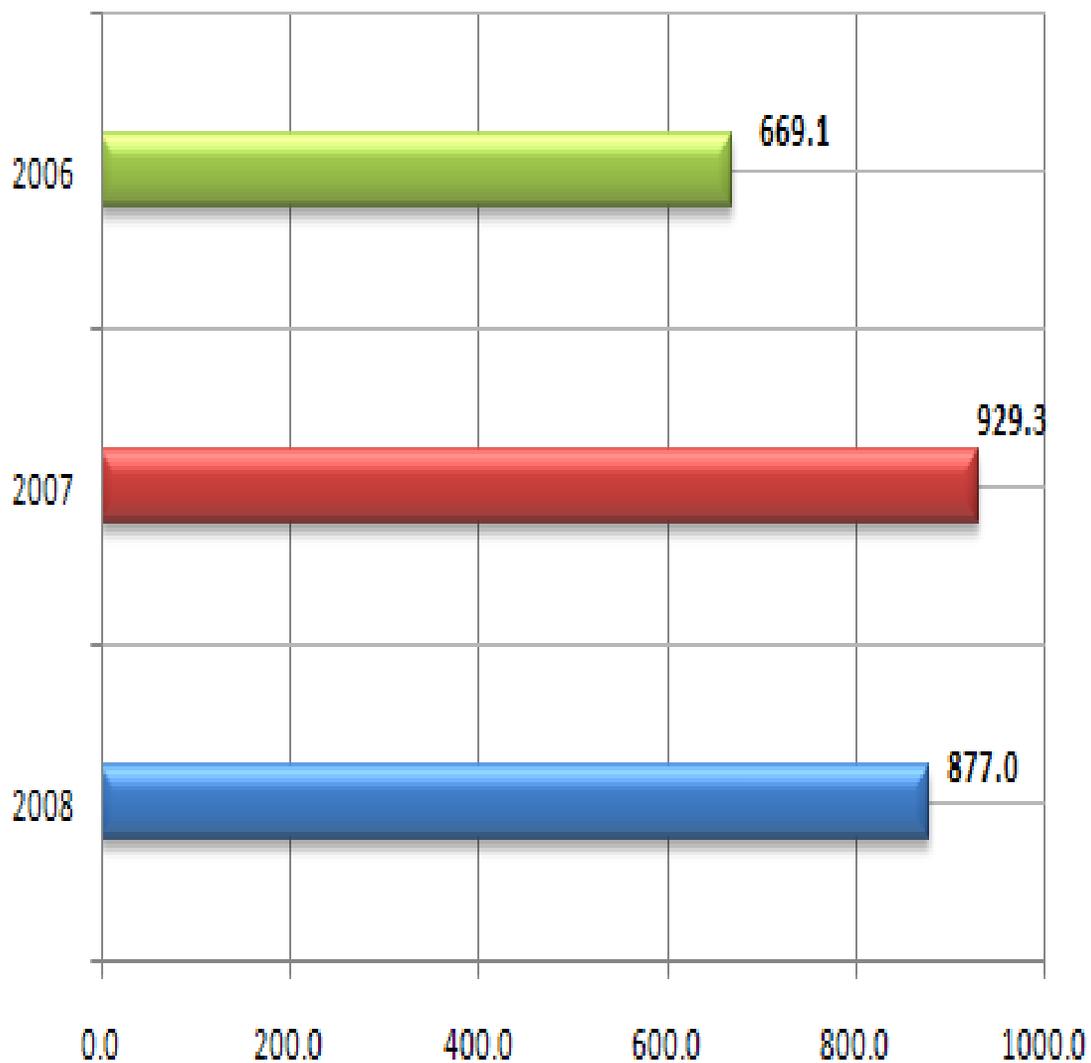
Otras Industrias: Productos Plásticos, Productos Químicos, Ensam. de Relojes, Tipos de Alambre y Productos Electrónicos, Energía, Productos Alimenticios, Otras Industrias Manufactureras.

Fuente: Banco Central de Honduras

^{P/} Preliminar

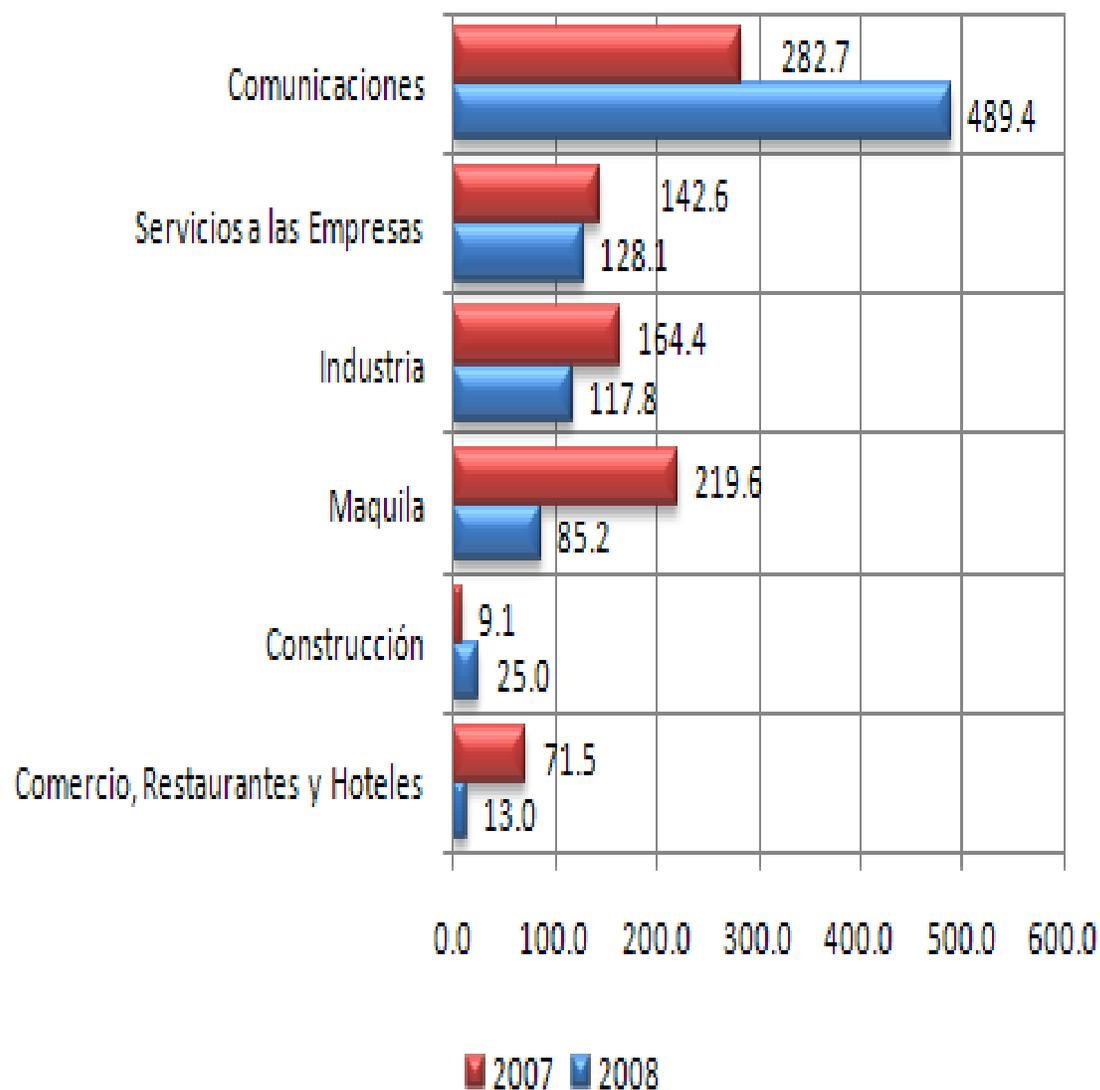
FLUJOS DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN HONDURAS

(En millones de Dólares Estadounidenses)



Fuente: Banco Central de Honduras

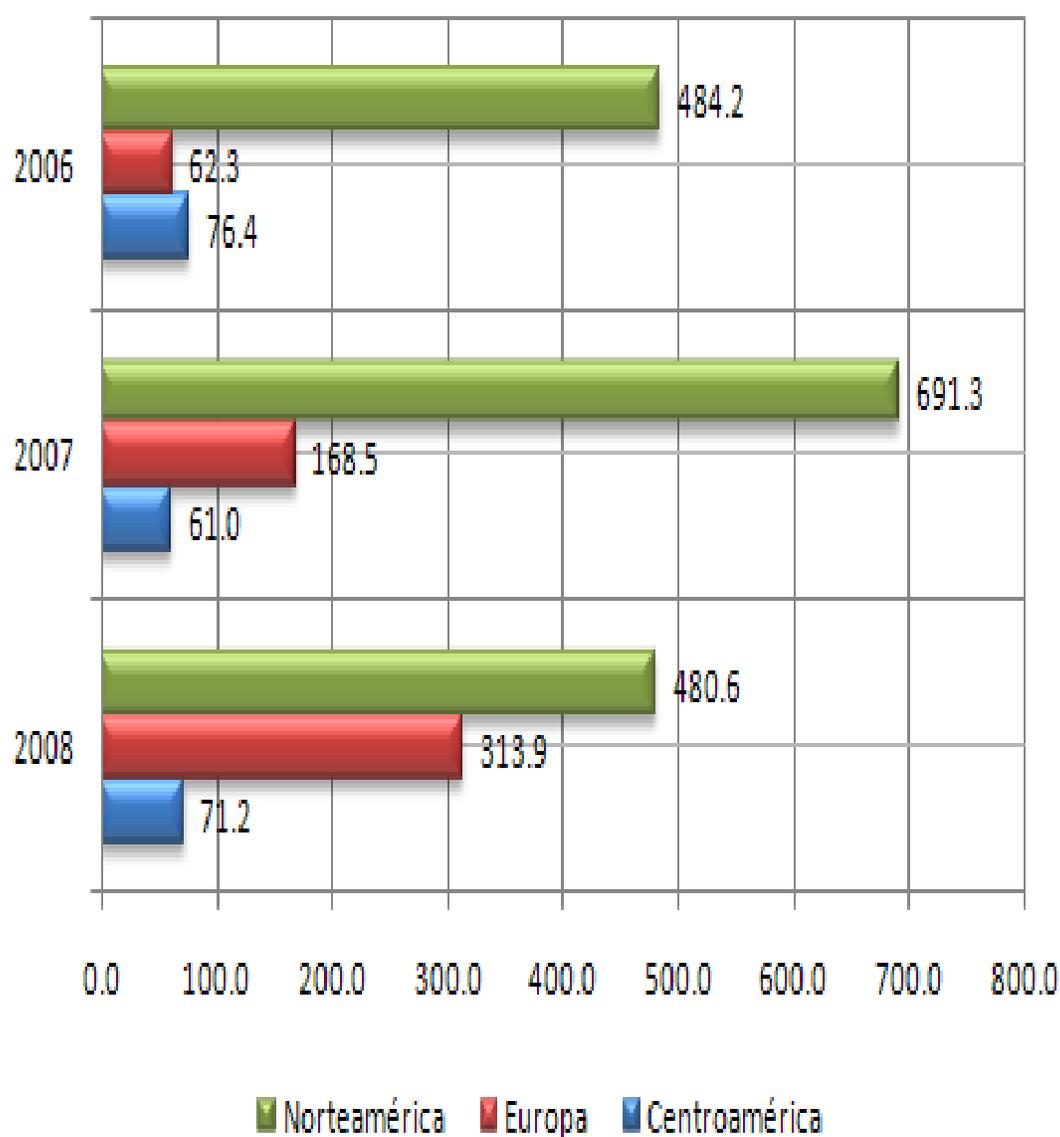
FLUJOS DE INVERSIÓN EXTRANJERA POR PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS (En millones de Dólares Estadounidenses)



Fuente: Banco Central de Honduras

PRINCIPALES REGIONES DE ORIGEN DE LOS FLUJOS DE INVERSIÓN EXTRANJERA EN HONDURAS

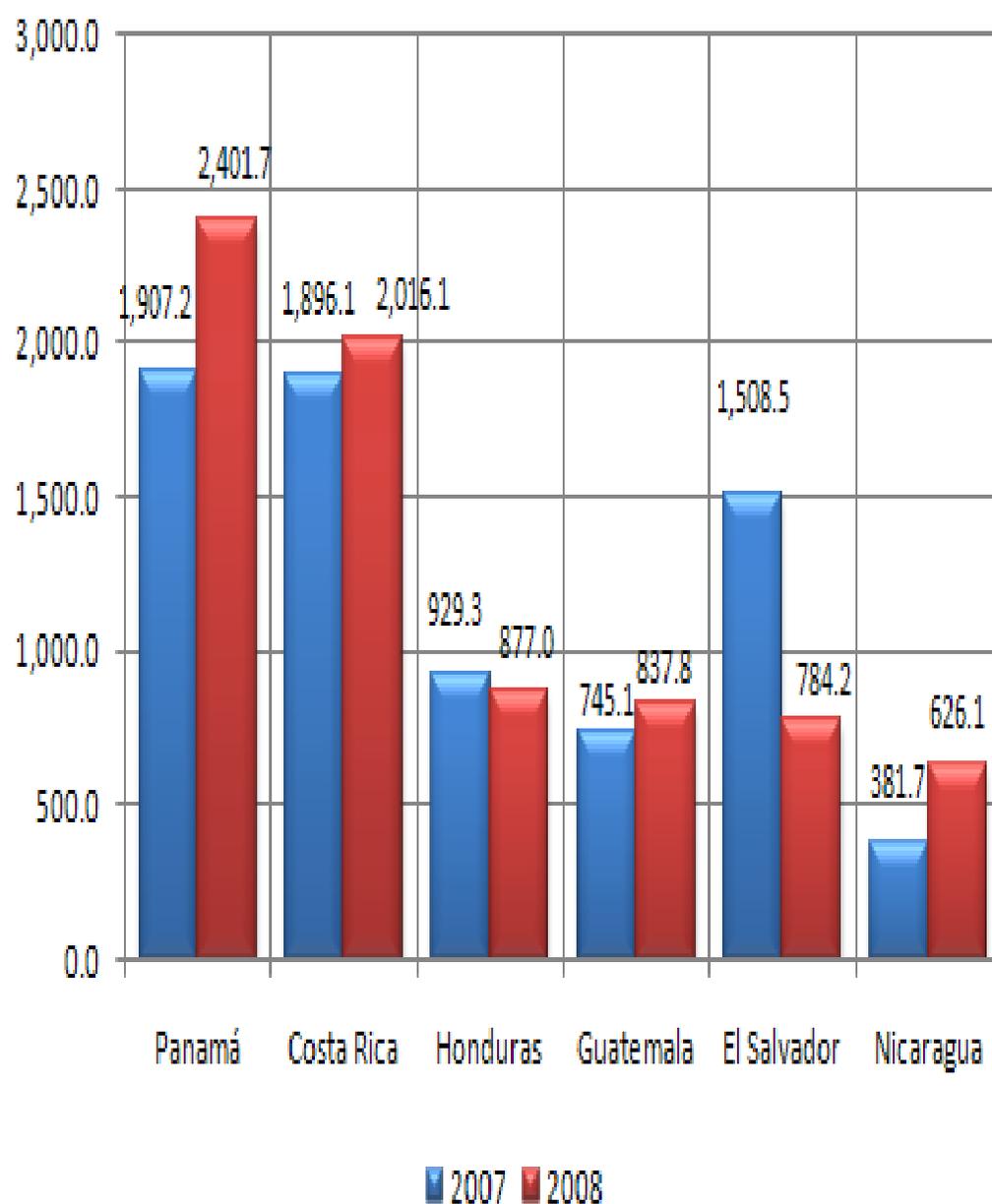
(En millones de Dólares Estadounidenses)



Fuente: Banco Central de Honduras

FLUJOS DE INVERSIÓN EXTRANJERA EN CENTROAMÉRICA

(En millones de Dólares Estadounidenses)



Fuente: Bancos Centrales de Centro América y CEPAL

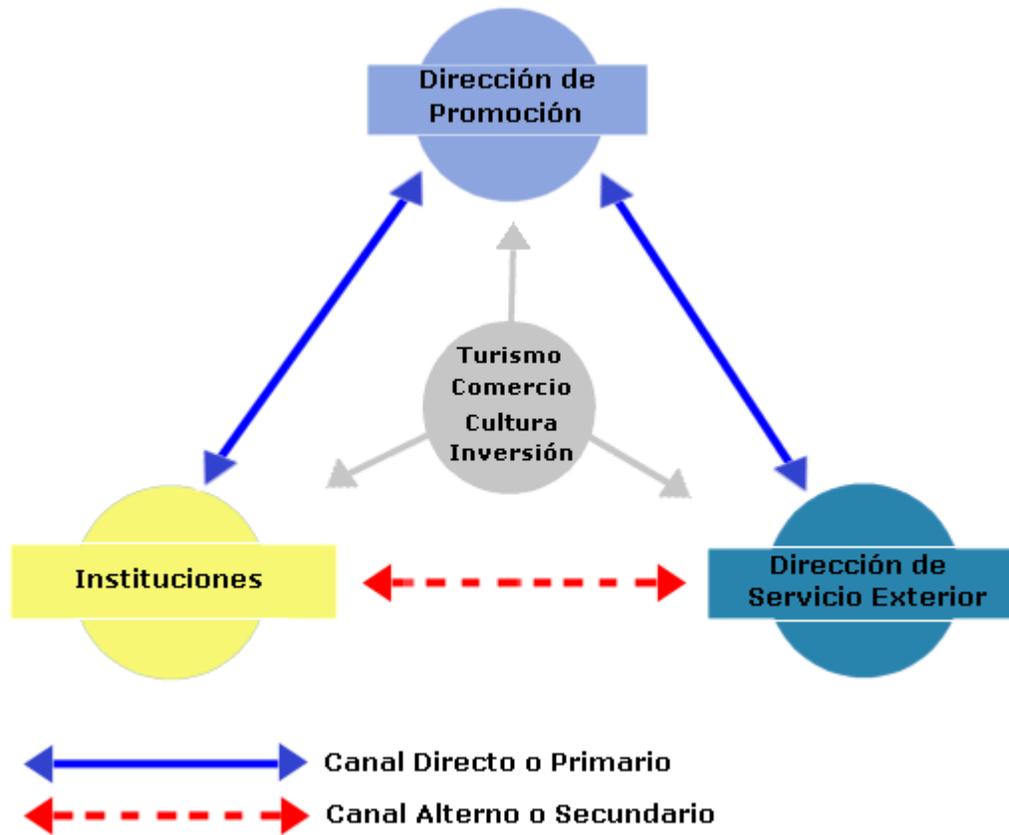
INCENTIVOS OFRECIDOS POR HONDURAS

Incentivos	Ley de Zonas Libres	Ley de Zonas Industriales de Procesamiento (ZIP)	Régimen Importación Temporal (RIT)
Importación de materias primas, componentes y otros bienes, libre de gravámenes y derechos arancelarios	100% de Exención	100% de Exención	100% Exención (Exportación fuera de Centro América)
Exportación libre de impuestos gravámenes	100% de Exención	100% de Exención	100% de Exención
Impuesto general de ventas (Local)	100% de Exención	100% de Exención	100% de Exención
Impuesto sobre las utilidades (Renta)	100% de Exención	100% de Exención	Sujeto a pago
Repatriación de Capital	100% de Exención	100% de Exención	A través del Banco Central
Impuesto sobre Repatriación de Capital	100% de Exención	100% de Exención	A través del Banco Central
Conversión de Divisas	Sin Restricción	Sin Restricción	A través del Banco Central
Desaduanaje	En el local de la Fábrica	En el local de la Fábrica	A través del Agente Aduanero
Ventas al Mercado local (si se desea)	5% del total de la producción, previa autorización del Ministerio de Industria y Comercio, (se pagan los impuestos de ley correspondientes)	Toda la producción, previa autorización del Ministerio de Industria y Comercio, (se pagan los impuestos de ley correspondientes)	No se puede vender en el Mercado local
Requisitos de Elegibilidad	Pueden establecerse empresas industriales y comerciales	Pueden establecerse empresas industriales y de apoyo	Pueden establecerse empresas industriales
Propiedad	Estatal/Privada	Privada	Privada

MUNICIPIOS DE LA ZONA METROPOLITANA DEL VALLE DE SULA

Municipio	Departamento	Población	Área
San Pedro Sula	Cortes	750,000 hab	840 km2
Choloma	Cortes	150,000 hab	458.6 km2
Puerto cortes	Cortes	85,000 hab	400 km2
La lima	Cortes	61,000 hab	117 km2
Omoa	Cortes	42,000 hab	382 km2
Pimienta	Cortes	10,000 hab	60 km2
potrerillos	Cortes	17,000 hab	85 km2
San Antonio de Cortes	Cortes	36,000 hab	227 km2
San Francisco de yojoa	Cortes	23,000 hab	96 km2
San Manuel	Cortes	30,000 hab	139 km2
Santa Cruz de yojoa	Cortes	67,000 hab	725 km2
Villanueva	Cortes	65,000 hab	414 km2
El Progreso	Yoro	200,000 hab	548 km2
El Negrito	Yoro	40,000 hab	525 km2
Santa Rita	Yoro	20,000 hab	158 km2
Quimistan	Santa Bárbara	38,000 hab	742 km2
Petoa	Santa Barbará	12,000 hab	213 km2
Tela	Atlántida	--hab.	-- km2
Totales	Valle de Sula	1,550,000 hab	6,111.60

VIAS DE CANALIZACION DE LA INFORMACION DEL PROGRAMA DE PROMOCION



**VENTAJAS COMPETITIVAS DE HONDURAS EN EL INDICE GLOBAL DE
COMPETITIVIDAD**

Pilar	Indicador con ventaja competitiva	Posición 2008 (134 países)	Posición 2007 (131 países)	Variación
Instituciones	Carga de Regulación Gubernamental	20	37	17
Infraestructura	Calidad de la infraestructura portuaria	36	40	4
Macroeconomía	Deuda Publica	41	76	35
Salud y Educación Primaria	Matricula Primaria	41	76	35
Eficiencia de Mercado de Bienes	Grado y efecto de impuestos	41	55	14
	Tiempo requerido para empezar una empresa	44	89	45
	Libertad para la propiedad extranjera	44	66	22
Eficiencia del Mercado Laboral	Costos laborales adicionales	30	29	-1
Eficiencia del Mercado Financiero	Índice de requerimientos legales	29	27	-2
Alistamiento Tecnológico	Inversión Extranjera Directa y Transferencia de Tecnología	29	52	23

ORGANIZMO DE PROMOCION DE INVERSIONES



Sectorial
Geográfico
Tipo de proyecto
Tipo de empresa

Información
Facilitación
Negociación
Apoyo



Política de IED
Políticas selectivas
para captar
inversiones

específicas
- Incentivos
- Procedimientos
para reducir las
restricciones y
barreras a la IED

Atractivo del país
Ventajas Naturales
Marco Legal para la IED
Situación Competitiva



Evaluación
Inversionista
Extranjero

Oferta de los
países
competidores

BIBLIOGRAFIA

Gerardo Esquivel y Felipe Larrain B. (2001) “Como Atraer Inversión Extranjera Directa”. (Harvard University).

Carlos Enrique Ramírez y Laura Flores (2006) “Apuntes de Inversión Extranjera Directa”. (Universidad ICESI).

Oficina Económica y Comercial de España (2006) “Guía país Honduras”

Banco Central de Honduras (2006-2007-2008) “Flujos de inversión Extranjera Directa en Honduras”.

Sistema Económico Latinoamericano SELA (2004) “Negociaciones Internacionales sobre Inversión Extranjera Directa”.

Banco mundial (2001) “El clima para la Inversión Extranjera Directa y medida para mejorarlo”. (Honduras).

Nicolo Gligo S. (2005-2006-2007) “Política activas para atraer inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe”. (CEPAL).

Claudio A. Agostini e Ileana Raquel Jalile. (2005) “Efectos del Impuesto a las Utilidades sobre la Inversión Extranjera Directa (IED) en América Latina”.

Fundación para La Inversión y Desarrollo de Exportaciones (FIDE) (2008) “Inversión Extranjera Directa en Honduras”

ENLACES ELECTRONICOS

www.secretariadeindustriaycomercio.hn Secretaria de Industria y Comercio de Honduras.

www.bch.hn (Banco Central de Honduras)

www.hondurascompite.com (Programa Mundial de Competitividad)

www.bancomundial.org (Banco Mundial de Comercio)

www.unctad.org (Conferencia de las Naciones Unidas Sobre Comercio Y Desarrollo)

www.iberamericaempresarial.com (Iberoamérica Empresarial)

www.eclac.cl (CEPAL)

www.aladi.org (Asociación Latinoamericana de Integración)

www.iberglobal.com (Portal para la Internacionalización de la empresa y la economía)

