



DIRECCIÓN DE ESTUDIOS E INVESTIGACIONES

VICEPRESIDENCIA DE GESTIÓN CÍVICA Y SOCIAL
MEJORES CIUDADES PARA HACER NEGOCIOS EN AMÉRICA LATINA
Posicionamiento Competitivo de Bogotá en el 2008

Abril de 2008

Con este informe sobre el posicionamiento competitivo de Bogotá 2008, la Cámara de Comercio de Bogotá a través de la Dirección de Estudios e Investigaciones contribuye a mejorar la información y el conocimiento sobre las fortalezas y desafíos para posicionar a Bogotá y Cundinamarca como una de las cinco regiones con mejor calidad de vida en Latinoamérica, tal como se propone en el Plan Regional de Competitividad.

En éste se destacan los resultados más importantes en el posicionamiento de Bogotá entre las ciudades más atractivas para hacer negocios en América Latina, en comparación con las principales 42 ciudades de la región y se analizan los aspectos que hicieron posible el ascenso de Bogotá en el Escalafón 2008, que le permitió avanzar al puesto 8. También se relacionan los avances y los retos de Bogotá en su entorno para consolidarse entre las ciudades más atractivas de la región.

I. Escalafón de Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina 2008

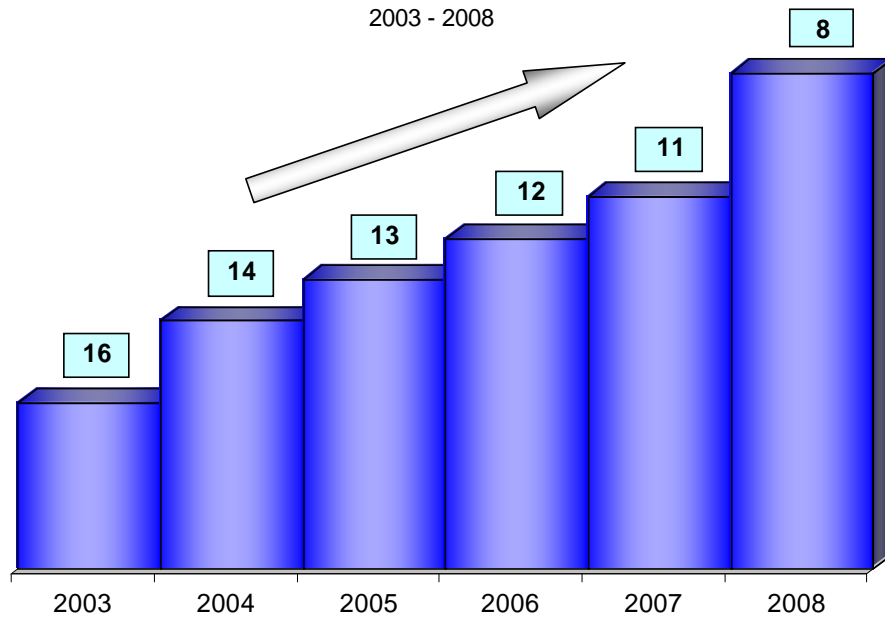
Por sexto año consecutivo, Bogotá continúa avanzando en el escalafón de las mejores ciudades para hacer negocios en América Latina que elabora anualmente América Economía Intelligence¹: En el 2008, en el escalafón de las 42 ciudades más importantes de América Latina, **Bogotá subió tres puestos (del 11 al 8)**, posición que ubica a Bogotá en el selecto grupo de las ciudades Top10 por primera vez, desde la primera edición del ranking en el año 2000.

En los últimos años, la ciudad ha venido ganando competitividad frente a las principales ciudades de América Latina y se ha posicionado como uno de los mejores destinos para

¹ El *Ranking de Mejores Ciudades para Hacer Negocios en América Latina 2008*, de la revista América Economía, incluye este año a las mismas 42 ciudades del año pasado, que son consideradas las principales economías de la región, por el tamaño de su economía y por su relevancia para llevar a cabo actividades empresariales o realizar inversiones. Este año, el análisis se perfeccionó con la construcción del Índice de Competitividad Urbana (ICUR) que es resultado de una ponderación de más de 50 variables, clasificadas en dos dimensiones: 1) variables de contexto y 2) variables diferenciales. Las primeras corresponden a la estructura macroeconómica y socio-política del país y las segundas se asocian con las variables propias de cada ciudad que determinan su calidad de vida, atractividad y poder de negocios. Las ponderaciones tanto de las dimensiones del Índice como de los indicadores que lo componen, fueron definidas por un panel de expertos.

ubicar actividades productivas, vivir y hacer negocios. Hoy la capital colombiana se encuentra a la altura de ciudades como Sao Paulo, Santiago, Ciudad de México, Buenos Aires, Monterrey, Río de Janeiro, Lima y Curitiba

Evolución de Bogotá en el escalafón de mejores ciudades para hacer negocios 2003 - 2008



Fuente: América Economía Intelligence, Mejores ciudades para hacer negocios 2003 – 2008. Proceso: Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.

Bogotá logró superar este año a cuatro ciudades, que el año pasado habían ocupado una mejor posición del Escalafón: Curitiba (bajó del puesto 7 en el 2007 al puesto 10 en el 2008), Ciudad de Panamá (del 9 al 11), Querétaro (del 6 al 12) y Guadalajara (del 8 al 15). Tan solo una ciudad ascendió por encima de Bogotá: Río de Janeiro, que subió del puesto 17 en el 2007 al puesto 7 en el 2008, principalmente por su fortaleza económica.

II. Comparación de Bogotá con las mejores ciudades de América Latina

En Latinoamérica, Bogotá aún se encuentra rezagada de ciudades como Sao Paulo, Miami, Santiago de Chile, Monterrey y Buenos Aires, principalmente por tener un estándar de calidad de vida más bajo (asociado a la percepción sobre las condiciones de seguridad), menor nivel de producción per cápita, un nivel de conectividad digital inferior al promedio de esas ciudades y por el menor potencial innovador.

Sao Paulo se consolidó en la primera posición, relegó a Miami, Santiago y Monterrey, que ocupaban los tres primeros lugares en el 2007. En el segundo lugar se ubicó Miami y en el tercero Santiago. Al grupo de ciudades **Top 5** ingresó este año Ciudad de México que estaba en el puesto 10 en el 2007.

Evolución del Escalafón mejores ciudades para hacer negocios en América Latina, 2007 - 2008							
Ciudad	País	Puesto en el escalafón					
		2008	2007	2006	2005	2004	2003
Sao Paulo	Brasil	1	4	1	3	3	2
Miami	EEUU	2	1	4	2	2	1
Santiago	Chile	3	1	2	1	1	3
C. de México	México	4	10	7	6	6	5
Buenos Aires	Argentina	5	5	9	10	11	9
Monterrey	México	6	3	3	4	4	4
Río de Janeiro	Brasil	7	17	16	14	13	12
Bogotá	Colombia	8	11	12	13	14	16
Lima	Perú	9	14	27	27	25	23
Curitiba	Brasil	10	7	5	5	5	6
Ciudad de Panamá	Panamá	11	9	14	15	16	17
Porto Alegre	Brasil	14	13	8	8	9	10
Montevideo	Uruguay	20	20	15	12	12	14
San José	Costa Rica	25	30	17	16	17	13
Caracas	Venezuela	34	42	39	36	35	28
Quito	Ecuador	37	39	33	32	31	36
La Paz	Bolivia	42	36	41	-	-	-

Fuente: América Economía Intelligence, 2008. Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina. Proceso: Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.

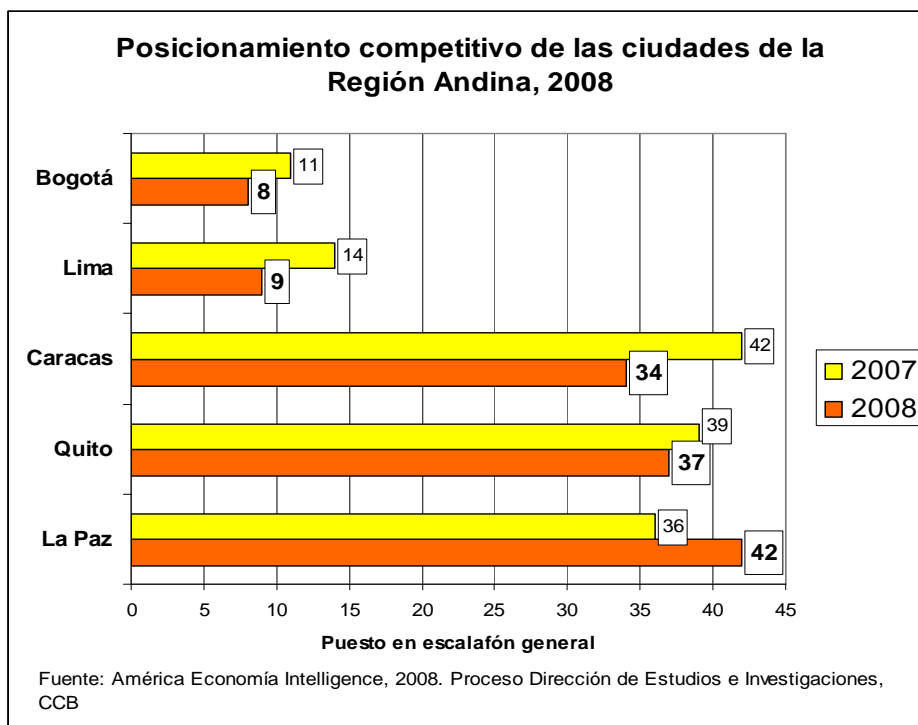
III. Posicionamiento de Bogotá frente a las ciudades de la Región Andina

Entre las capitales de la Región Andina, Bogotá siguió manteniendo su posición de liderazgo y se consolidó por **octavo año consecutivo**, como la ciudad más competitiva de la región. Le sigue de cerca Lima, que ascendió en el Ranking del puesto 14 al 9 y junto con Bogotá son reconocidas por América Economía como las dos economías de la región que han tenido ascensos estables en los últimos años y por su buen desempeño han logrado ingresar al **Top10**.

Quito, por su parte, subió del puesto 39 al 37 y Caracas también mejoró del último lugar al 34. Por su parte La Paz, bajó del 36 al último lugar.

IV. Posicionamiento competitivo de las otras ciudades colombianas incluidas en el Ranking 2007

Dos ciudades colombianas, además de Bogotá, hicieron parte de la versión 2008 del Ranking: Medellín que mejoró su posición del puesto 25 al 22. Por el contrario Cali perdió posiciones y bajó del 33 al 36.



V. Algunas aproximaciones a la evolución del posicionamiento competitivo de Bogotá en el contexto latinoamericano (estamos pendientes de recibir el informe completo para ampliar el análisis)

FORTALEZAS COMPETITIVAS DE BOGOTÁ 2008

Variable o indicador	Puesto 2008
Poder de marca ciudad (2007)	4 de 42
Mov. Carga Aeroportuaria (Toneladas) (2007)	5 de 23
Penetración Internet (2007)	6 de 42
Población (2007)	6 de 23
N° Líneas Aéreas (2007)	6 de 23
Delitos contra propiedad c/100 mil hab (2007)	7 de 23
Pasajeros nacionales (2007)	8 de 23
PIB Ciudad (mill us\$) (2007)	9 de 42
Mov carga puerto (TEU) (2007)	9 de 23
Ocupación Hotelera (2007)	9 de 23
Crímenes c/100 mil hab (2007)	10 de 23
Robos c/violencia c/100 mil hab (2007)	10 de 23
Variación % del PIB	11 de 42
Pasajeros internacionales (2007)	11 de 23
Costo arriendo oficina (us\$/año/m ²) (2007)	11 de 23
Hoteles 4 y 5 estrellas (2007)	11 de 23
Secuestros c/100 mil hab (2007)	12 de 23

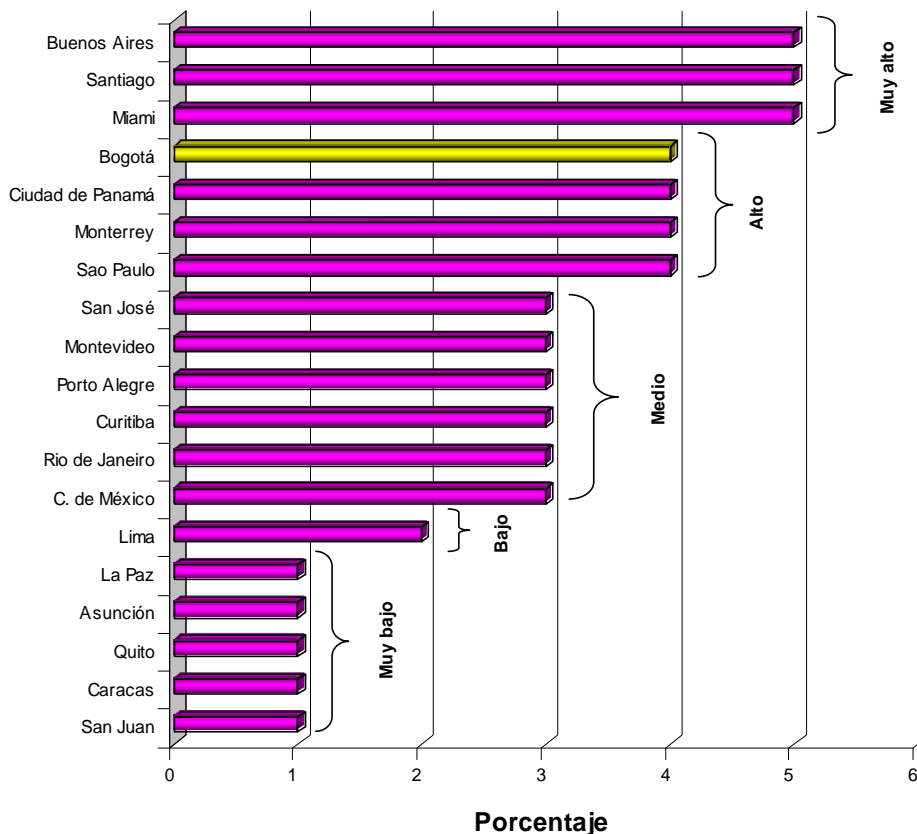
Fuente: América Economía Intelligence, 2008.
 Proceso: Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.

El modelo de cooperación público privada, la mayor fortaleza económica, la mejor infraestructura para los negocios y los mejores indicadores en materia de seguridad, fueron algunas de las causas del avance en el escalafón:

1. Ganó reconocimiento nacional e internacional por su “Poder de Marca – Ciudad” explicado principalmente por el modelo de cooperación público-privada y estrategia de marketing

- Poder de Marca es un indicador elaborado con metodología propia de América Economía e incluye una serie de variables de percepción de los ejecutivos latinoamericanos sobre las características y atributos territoriales que agregan valor a los negocios y favorecen su ubicación. Bogotá se ubicó en el cuarto lugar entre las mejores 42 ciudades latinoamericanas para hacer negocios, y se ubicó entre las ciudades con calificativo de poder de marca “alto”. Supera a ciudades como San José, Curitiba, Ciudad de México, Lima y San Juan, entre otras. Como resultado, Bogotá se acerca a ciudades como Buenos Aires, Santiago y Miami, que se reconocen por tener el mejor y más sólido poder de marca de la región.

Poder de marca de las principales ciudades de América Latina, 2008



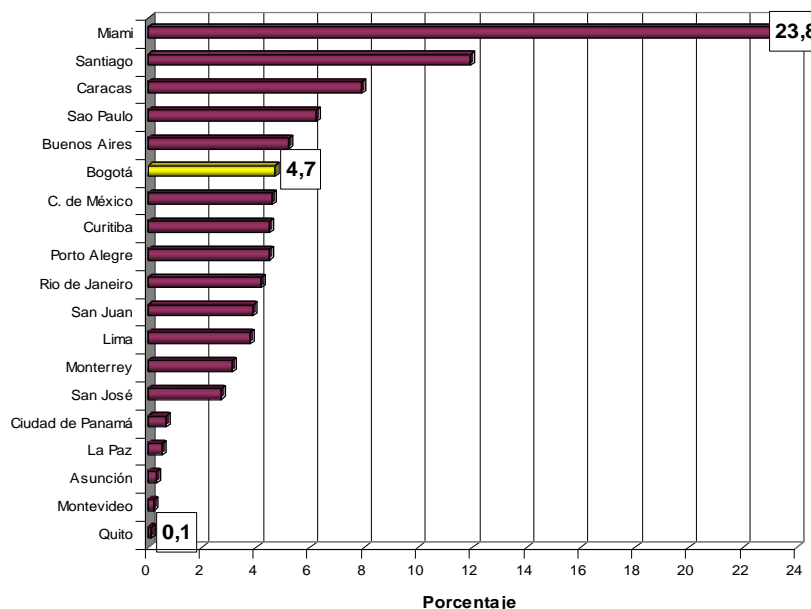
Fuente: América Economía Intelligence, Mejores ciudades para hacer negocios 2008. Proceso: Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.

- En los últimos años, Bogotá ha ganado reconocimiento nacional e internacionalmente por el esfuerzo y el trabajo realizado, tanto por el sector público como el privado, en el tema de la planeación estratégica de largo plazo. En América Latina ha logrado posicionar el modelo de cooperación público-privada como uno de los más exitosos, siendo reconocido como “buena práctica”.
- Bogotá es más atractiva para la inversión. La ciudad está siendo considerada cada vez más por un mayor número de multinacionales y empresas extranjeras para hacer sus negocios y ubicar sus oficinas. Las estrategias de “marketing de ciudad”, que se han implementado últimamente, contribuyeron de manera importante en el resultado positivo del 2008 y han permitido que ejecutivos y hombres de negocios de la región estén incluyendo a Bogotá entre sus opciones para invertir y localizar empresas. Esto le ha permitido a Bogotá destacarse en el continente como una de las ciudades más promisorias y con mayor potencial de desarrollo.

2. Ocupó un lugar destacado en materia de telecomunicaciones.

- En términos de competitividad de telecomunicaciones, tradicionalmente Bogotá ha ocupado un lugar intermedio, principalmente por el rezago frente a las mejores ciudades de la región en acceso a servicios, conexión a redes y adaptación de tecnologías. No obstante, este año en el indicador del porcentaje de penetración de banda ancha, Bogotá logró superar a varias ciudades importantes como Ciudad de México, Río de Janeiro, Lima y San José, entre otras. La ciudad ocupó el puesto 6 entre las 42 ciudades analizadas.

Penetración (%) banda ancha, 2007

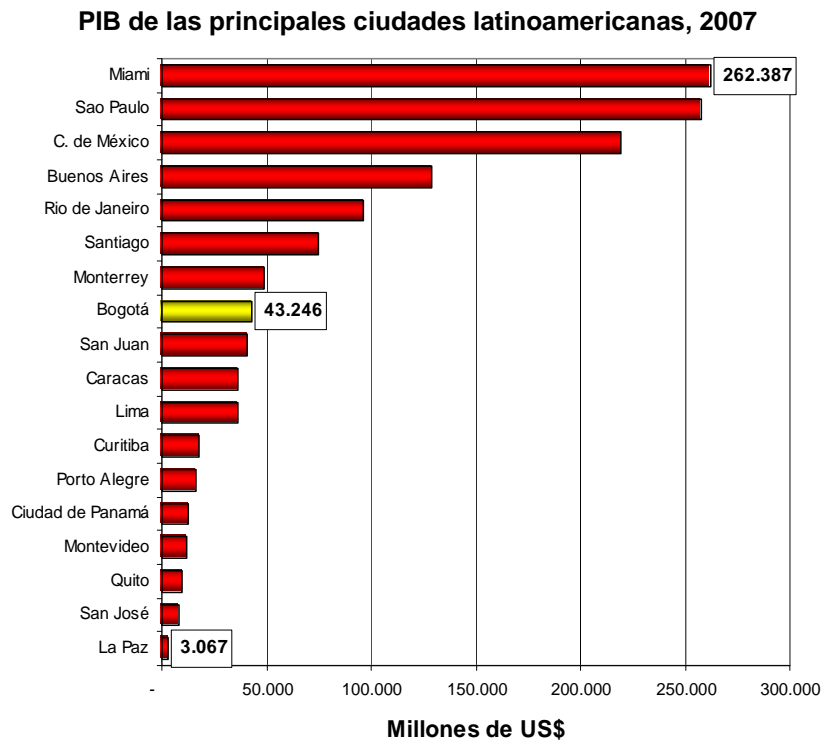


Fuente: América Economía Intelligence, Mejores ciudades para hacer negocios 2003 – 2008. Proceso: Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.

- Adicionalmente, ha tenido un fuerte aumento en la penetración de celulares desde el 2005 (24,3%), que si bien aún es baja, comparativamente es más alta que la mayoría de las ciudades del listado.

3. Mejoró en términos de fortaleza económica.

- El valor estimado del PIB ascendió a US \$43.246 millones², con lo cual Bogotá se consolidó como la novena ciudad con mayor valor del PIB, entre las principales 42 ciudades de América Latina. Con respecto al informe del 2007, subió dos puestos, porque en ese año la capital colombiana ocupaba el undécimo lugar.



Fuente: Institutos Nacionales de Estadísticas, Alcaldías y Gobernaciones regionales. América Economía Intelligence, 2008. Proceso Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.

- Bogotá se destacó por los resultados favorables en su crecimiento económico: el aumento del PIB fue superior al de muchas ciudades, que son competencia directa, e inclusive al de ciudades que están entre las 10 mejores. La variación del PIB se calcula en más del 7%.

² Estimación de América Economía con base en proyecciones de entidades oficiales y ajustado por paridad de compra.

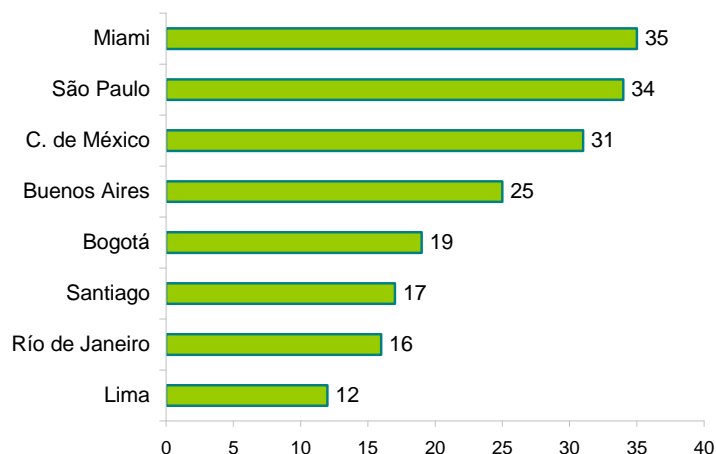
- Igualmente, en el 2007, según la población de Bogotá y de su área metropolitana, la ciudad se consolidó como la sexta de 23 ciudades con mayor mercado potencial.

4. Aumentó la oferta de infraestructura para los negocios y mejoró la percepción positiva de los ejecutivos latinoamericanos sobre el potencial de desarrollo profesional y de negocios.

- La percepción de los ejecutivos e inversionistas internacionales ha mejorado en aspectos relacionados con su plataforma de negocios, conectividad y calidad de vida. En las variables relacionadas con el transporte aéreo, Bogotá es calificada por encima del promedio de las principales 23 ciudades de América Latina. Ocupó el quinto puesto en carga aeroportuaria, el sexto en número de líneas aéreas y el octavo en número de pasajeros nacionales transportados.
- La presencia de grandes empresas en la ciudad confirma el mejor entorno para los negocios y los avances en el escalafón de competitividad. Bogotá en número de oficinas directivas y filiales de empresas multilatinas supera incluso a Santiago. El mejor ambiente para los negocios en Bogotá ha permitido atraer nuevos inversionistas y empresas multinacionales que deciden instalar sus oficinas directivas y de operaciones.

Grandes empresas

N° de oficinas directivas y filiales empresas multi latinas



Fuente: América Economía Intelligence, 2008. Proceso Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.

- Por otra parte, si bien, el costo de las oficinas en Bogotá ha aumentado casi el doble desde 2005, todavía presenta ventajas comparativas con el resto de las ciudades de la región.

- El vivir en Bogotá es comparativamente más económico que en el resto de las ciudades Top10, considerando que Sao Paulo presenta un costo de vida 99,7, si se compara con Nueva York que obtiene un valor de 100.
- La oferta hotelera de 4 y 5 estrellas ha aumentado considerablemente, así como el número de líneas aéreas disponibles lo que supone un fortalecimiento en la oferta de turismo de negocios.

5. Mejoraron los indicadores duros y en materia de seguridad.

- Aunque es necesario mejorar los resultados obtenidos, Bogotá logró avances significativos en materia de reducción de homicidios, delitos contra la propiedad, crímenes en general y secuestros.

VI. Principales brechas y rezagos de Bogotá frente a las mejores prácticas en la Región.

DESVENTAJAS COMPETITIVAS DE BOGOTÁ 2008

Variable o indicador	Puesto 2008
% ingreso a universidades (2007)	22 de 23
Desempleo urbano (2007)	21 de 23
Penetración Computadores (2007)	18 de 23
Distancia a puerto más cercano (2007)	18 de 23
Telefonía fija (2007)	18 de 23
Telefonía celular (2007)	15 de 23
Costo vida (2007)	15 de 23
Homicidios c/100 mil habitantes (2007)	14 de 23
Hotspot (Zonas de internet inalámbrico) (2007)	13 de 23
Papers en revistas internacionales ISI (2007)	13 de 23
Patentes otorgadas (2007)	13 de 23
PIB per cápita (us\$) (2007)	29 de 42
Índice de Peligrosidad (2007)	32 de 42

Fuente: América Economía Intelligence, 2008.

Proceso: Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.

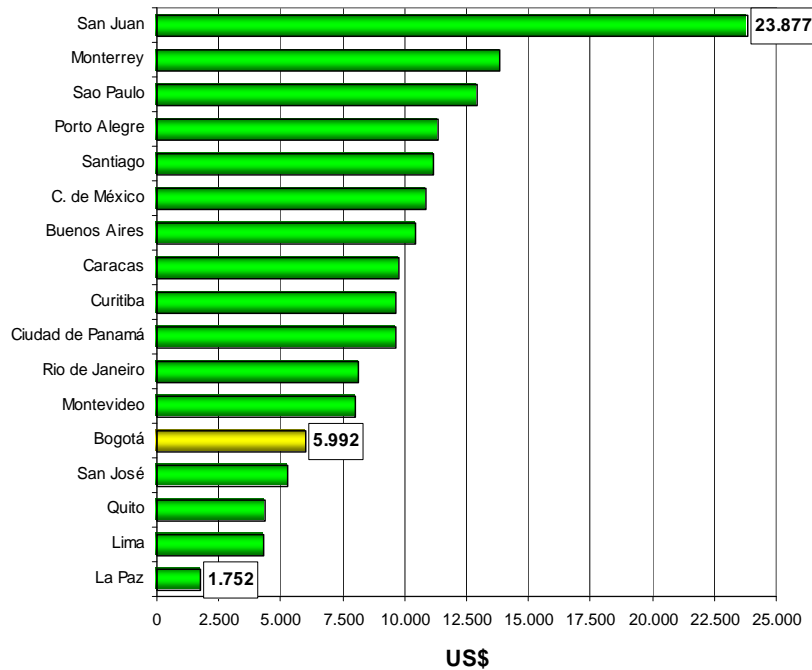
Aunque Bogotá ha venido avanzando de manera sostenida en su posicionamiento competitivo y cuenta con los atributos necesarios para competir con las grandes capitales latinoamericanas, aún presenta brechas respecto a las mejores prácticas de la región, en las cuales los sectores público y privado deben trabajar, en un marco de cooperación, para crear las fortalezas que le permitan a Bogotá continuar avanzando y lograr posicionarse como una de las cinco ciudades más atractivas por su calidad de vida y por ofrecer condiciones para la localización y el desarrollo de las actividades productivas.

1. Rezagos en el poder adquisitivo

- Bogotá continúa presentando rezagos frente a las principales ciudades de América Latina en materia de su nivel de producto interno bruto con respecto a la población de la ciudad: El PIB per cápita de Bogotá (estimado en US\$5.992) es uno de los más

bajos entre las 42 ciudades, ocupó el puesto 29, lo cual es una situación preocupante. Esto corrobora la necesidad de elevar el crecimiento económico de la ciudad para aumentar el poder de compra de los bogotanos, teniendo en cuenta el tamaño de su mercado y ampliar la generación de empleo en condiciones de calidad.

PIB per cápita de las principales ciudades latinoamericanas, 2007



Fuente: Institutos Nacionales de Estadísticas, Alcaldías y Gobernaciones regionales. América Economía Intelligence, 2008. Proceso Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.

- Aunque cuenta con una Bolsa de valores en crecimiento, el monto transado en ella aún está lejos de competir con las mejores ciudades para hacer negocios en América Latina, tales como Sao Paulo, Ciudad de México o Santiago.

2. Bajo puntaje en el indicador de peligrosidad

- En términos de peligrosidad, Bogotá ha mejorado, pero todavía se acerca más al grupo de las ciudades consideradas como “peligrosas”, alejándose de ciudades como Miami y Santiago. En este sentido, existe una fuerte asociación del riesgo país que está impactando en los indicadores internacionales de percepción y estándares de calidad de vida. Es estratégico para fortalecer la imagen de Bogotá y su atractividad como destino para invertir y vivir, fortalecer la difusión nacional e internacionalmente de los progresos que ha logrado Bogotá en la construcción de un entorno que ofrece seguridad.

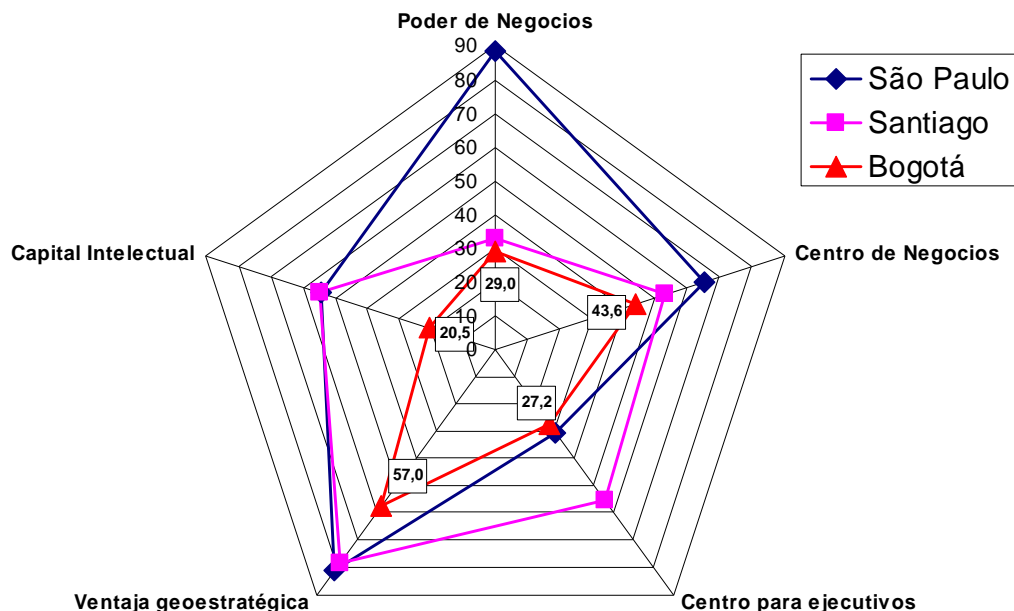
3. Brechas en capital intelectual

- Este indicador, en el que Bogotá presenta rezagos frente a las mejores prácticas de la región, constituye la principal fuente que asegura la competitividad de las ciudades dentro del escalafón. La producción en investigación científica, por ejemplo, es baja tanto en términos absolutos, como en su distribución por habitante. Bogotá cuenta con 1.383 *papers* entre 2005 y 2007, mientras que ciudades como Córdoba suman 1.914 y Caracas 2.200 para el mismo periodo. El número de *papers* ISI, refleja también la falta de personas con el grado de doctorado dentro de la ciudad. En esta dimensión se requiere promover un mayor esfuerzo de las universidades y centros de investigación para ampliar la investigación y difusión de sus resultados, nacional e internacionalmente.

VII. Retos, oportunidades y desafíos de Bogotá en materia de competitividad y atraktividad para los negocios.

El sector público y privado de Bogotá adelantan actualmente, diferentes acciones y proyectos con la perspectiva de fortalecer las condiciones de atraktividad de la ciudad y la región y reducir las brechas competitivas con respecto a las mejores prácticas en la región.

Brechas de competitividad de Bogotá frente a Sao Paulo y Santiago, 2008



Fuente: América Economía Intelligence 2008. Proceso Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.

Los factores competitivos en los cuales Bogotá presenta mayores brechas con respecto a las mejores prácticas de la región son en el poder de negocios y en el capital intelectual.

Aunque su poder de marca viene mejorando es necesario hacer sostenible estos resultados, tanto para los residentes como para los potenciales inversionistas extranjeros, a través de la consolidación de la oferta de turismo ejecutivo, entretención y cultura.

- Se debe garantizar una tasa de crecimiento sostenible en el largo plazo, superior al 8,5% y posicionar la marca-ciudad.
- El sector empresarial requiere un entorno competitivo en el que se garantice una plataforma de infraestructura para la movilidad interna y la conectividad con los mercados (aeropuerto, vías, telecomunicaciones), que permita desarrollar y localizar empresas innovadoras y actividades productivas con valor agregado.

La competitividad y el grado de desarrollo de las telecomunicaciones en una ciudad determinan el acceso a información relevante para el éxito de los negocios, toma de decisiones de inversión y permiten la conexión con la economía global. De esta manera, es necesario generar condiciones para mejorar la competitividad en telecomunicaciones. En este sentido, es indispensable seguir mejorando y ampliando la infraestructura de telecomunicaciones y el acceso con mayor competencia del sector, mejorar las condiciones para el desarrollo del mercado, solucionar los problemas derivados de la baja calidad de la red y aumentar el número de productos y servicios de soporte a las conexiones y redes.

Adicionalmente, Bogotá necesita elevar la inversión en ciencia y tecnología y ofrecer condiciones que faciliten y estimulen la innovación y la atracción de nuevas inversiones. Con este propósito es fundamental lograr la cooperación del gobierno nacional para que incremente los recursos destinados a invertir en Ciencia y Tecnología, con una mayor participación de los destinados a proyectos en Bogotá para cerrar la brecha que existe con otras ciudades de AL en las que la inversión de sus gobiernos nacionales es importante.

- El esfuerzo de **marketing de ciudad** que han realizado el sector público y privado es uno de los aspectos que ha favorecido la mejora en la percepción internacional sobre los progresos de Bogotá y los atractivos que ofrece. La tarea es continuar generando una imagen positiva de ciudad y seguir promoviendo la inversión, las exportaciones y negocios. Para incrementar el potencial de atracción de inversión se han realizado, acciones y esfuerzos con la participación del sector público y privado para promover internacionalmente a la ciudad a través de iniciativas innovadoras como la Agencia para la atracción de inversión, Bogotá Región Dinámica – “Invest in Bogotá”.

La Agencia se creó con el liderazgo de la Cámara de Comercio de Bogotá y la Alcaldía mayor y no sólo es la primera agencia que se crea en el mundo en una ciudad, sino la primera encargada de buscar que se incremente la inversión nacional y extranjera para que se localicen nuevas empresas, se desarrollen proyectos productivos, se amplíen las alianzas entre los empresarios de la ciudad con empresas internacionales, se diversifique la estructura productiva de bienes y servicios e

igualmente, Bogotá incursione en los mercados internacionales con productos y servicios de mayor valor agregado.

- Se requiere promover una mayor vinculación de las actividades productivas de la ciudad al comercio exterior, con el fin de dinamizar el crecimiento, generar mejores empleos, fortalecer la articulación productiva entre la ciudad y la región y posicionar la región en una plataforma atractiva para negocios internacionales. La internacionalización del sector empresarial y productivo de la ciudad, permitirá elevar la inversión en nuevos proyectos y sectores con potencialidades y elevar los ingresos por concepto de exportaciones e intercambios comerciales.
- Se debe incrementar la producción de bienes y servicios de alto valor agregado y diferenciados en el mercado internacional, especialmente en los sectores que se han identificado como estratégicos.
- La innovación y el emprendimiento son determinantes para construir ventajas competitivas y atraer, retener y desarrollar empresas basadas en el conocimiento y en sectores de clase mundial. Bogotá ha logrado avances en el acceso al emprendimiento y se requiere darle continuidad a la estrategia para ampliar la capacidad de crecimiento, generación de ingresos y mejorar la calidad de vida de los empresarios, los jóvenes, los emprendedores y colectivos sociales.

Este es el propósito del Centro de Emprendimiento Bogotá Emprende, iniciativa de la Cámara de Comercio de Bogotá y la Alcaldía Mayor para facilitarle a los emprendedores los servicios que les permitan transformar sus ideas de negocio en proyectos viables y sostenibles; crear empresas en condiciones de formalidad, hacerlas crecer y lograr que sean sostenibles e innovadoras. El Centro de Emprendimiento es un ejemplo de “buena práctica” de la cooperación público-privada en Bogotá. La meta es posicionar a Bogotá como referente de apoyo al emprendimiento entre las ciudades de América Latina y consolidar la fortaleza que tiene Bogotá de ser el centro empresarial y de servicios, el mayor mercado y la región más atractiva de Colombia y de las capitales de la Región Andina.

En síntesis, el octavo lugar de Bogotá se explica por diferentes acciones y medidas públicas y privadas que se han implementado para promover la competitividad y mejorar el atractivo urbano de la ciudad. El constante esfuerzo de “marketing” que se viene realizando permite posicionar a la ciudad entre las más atractivas para hacer negocios y vivir. No obstante, muchas ciudades están siguiendo este camino por lo que la posición obtenida no es razón para abandonar el esfuerzo y dejar de lado las acciones que han permitido este logro. Según los expertos internacionales y los análisis de América Economía Intelligence, Bogotá va muy bien encaminada, pero queda un largo trecho para estar dentro de las Top5 que implica esfuerzo y mucho trabajo.

Anexo metodológico

La versión 2008 del ranking de mejores ciudades para hacer negocios de América Economía tiene como principal novedad la introducción de una nueva metodología, el **Índice de Competitividad Urbana (ICUR)**, que mide la competitividad urbana a través de dos grandes factores: variables de contexto y variables diferenciales. Los resultados del modelo ICUR determinaron las posiciones del ranking de ciudades 2008.

El ICUR constituye un modelo de más de 50 variables que se clasifican en dos dimensiones: variables de contexto y diferenciales.

Dimensiones del ICUR

América Economía Intelligence
 2008

Ponderador	FACTORES	Ponderador	SUBFACTORES	Ponderador	VARIABLES
ICUR = 100%	I) Contexto	26%	Estabilidad macroeconómica	52%	Libertad para hacer negocios
			Estabilidad político-social	48%	Índice de desarrollo humano Indicador de gobernabilidad
	II) Diferenciales	74%	Poder de negocios	38%	PIB ciudad
					PIB per cápita
					Crecimiento PIB
					Bolsa de valores
			Centro de negocios	10%	Competitividad telecomunicaciones
					Costo de oficinas
					E-Government
			Centro para ejecutivos	14%	Número de grandes empresas
					Servicios a las empresas
					Calidad de vida
	Ventaja geoestratégica	16%	Costo de vida		
			Seguridad		
	Capital intelectual	22%			Turismo de negocios
					Entretenimiento y ocio
					Emprendimiento
Movimiento aeroportuario					
Movimiento portuario					
				Poder de marca	
				Universidades Top en la región	
				Número de escuelas de negocios	
				Tasa de matrícula	
				Número de patentes	
				Papers ISI	

Fuente: América Economía Intelligence, 2008. Proceso: Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá

Las primeras variables corresponden a la plataforma y el contexto que les otorga el país y se agrupan en dos subfactores: estabilidad macroeconómica y estabilidad político-social.

El segundo factor hace referencia a la oferta real que sustenta la competitividad propia de las ciudades y que determina las diferencias dentro del índice final. Las variables diferenciales están compuestas por cinco subindicadores que corresponden al poder de negocios de la ciudad, los servicios que ofrece a las empresas como un centro de negocios, la oferta urbana que la convierte en un centro para ejecutivos, el provecho que saca a su ubicación geográfica o bien cómo lo revierte, que se mide en la ventaja geoestratégica, y finalmente se analiza el capital intelectual, enfocado en la creación y difusión de conocimiento.

Las ponderaciones tanto de las dimensiones del índice como de los indicadores que lo componen, fueron definidas por un panel de expertos.

Fuentes de información

Los insumos de información proceden principalmente de organismos oficiales de cada ciudad y país, tales como los bancos centrales, las bolsas de valores, institutos de estadísticas, portales web del gobierno nacional y distrital, e información propia de América Economía Intelligence. También se recurrió a organismos internacionales como el Banco Mundial, PNUD, ISI Web of Knowledge, entre otros. Asimismo, se analizaron y procesaron datos provenientes de compañías y organismos internacionales como ACI Aero, Cisco, CB Richard Ellis, The Heritage Foundation, Cybermetrics Lab, Economica y Mercer. América Economía Intelligence estimó datos para 2007 en los casos que éstos se encontraran desactualizados, en particular PIB, Var.% PIB, PIB per cápita, valor de arriendo de oficinas, costo de vida, etc.

El Poder de Marca y otros indicadores fueron elaborados sobre la base de los resultados de la encuesta a ejecutivos que realizó América Economía Intelligence en marzo de 2008, con un total de respuestas superior a las 1.200, distribuidas en todos los países de la región.

Estandarización de los datos y resultados del ranking

Teniendo en cuenta que las variables se encuentran en distintas unidades de medida, éstas se estandarizaron en base 100, con el fin de darle el mayor valor a la mejor práctica. Finalmente, a cada indicador se le asignó el ponderador propuesto por el panel de expertos, así como a los dos factores del modelo, obteniéndose de este modo el ICUR que permitió determinar el ranking de ciudades 2008.