



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

Retos y Oportunidades para la Atracción de Inversión en el Sector de Manufactura de Equipos Electrónicos en Guatemala

Proyecto Creando Oportunidades Económicas

17 de febrero 2022

Importancia del Sector

Comportamiento y prospectiva mundial del sector electrónico, por región.

(Miles de millones de US dólares)

NORTEAMÉRICA

	2021	2025
PRODUCCIÓN	410	528
CONSUMO	739	897

EUROPA OCCIDENTAL Y UNIÓN EUROPEA

	2021	2025
PRODUCCIÓN	419	475
CONSUMO	716	875

ASIA-PACÍFICO

	2021	2025
PRODUCCIÓN	4,110	5,286
CONSUMO	3,353	4,238

LATINOAMÉRICA

	2021	2025
PRODUCCIÓN	135	157
CONSUMO	187	254

RESTO DE REGIONES

	2021	2025
PRODUCCIÓN	80	99
CONSUMO	229	303

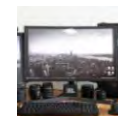
CONSUMO MUNDIAL MMD (2020) POR SUBSECTOR



Informática-electrónica
4,436



Componentes y
tableros electrónicos
1,550



Ordenadores
894







Comunicaciones
771




Fuente: IHS Markit 2021

Inversión y empleo

Componente electrónicos

Empresa	Destino	Capital (mdd)	Empleos
 Risen Solar Technology	Malasia	10,100	3,000
 SK Innovation (SK Energy)	Hungría	2,290	2,500
 Wistron de México	México	40	3,000
 Panasonic Centroamericana	Costa Rica	10	25

Electrónica de consumo

Empresa	Destino	Capital (mdd)	Empleos
 GE Appliances	Estados Unidos	450	1,000
 Hisense	México	154	n/i
 Whirlpool	México	123	1,000
 Whirlpool	Argentina	40	280

Zonas Libres (del 100% reportado)

China	8%
EAU - Dubai	44%
Vietnam	16%

**394 proyectos
inversión (2021)**



Quang Yen Coastal Economic Zone - Vietnam



Firsts Hi-Tech Park - Malaysia



Jebel Ali Free Zone – Dubai EAU



Beijing Economic and Technological Development Area - China

Modelos de negocio

OEM fabricante de equipo original

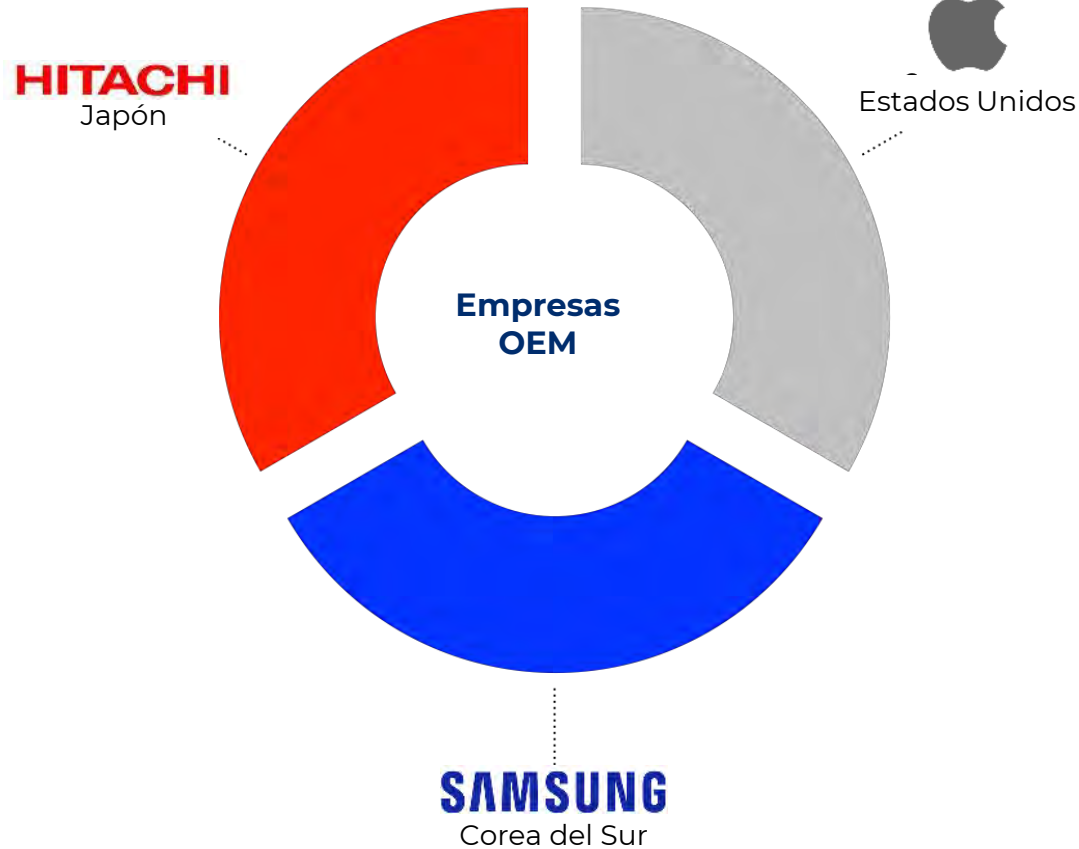
(Original Equipment Manufacturer)

EMS manufactura electronica

(Electronic Manufacturing Services)

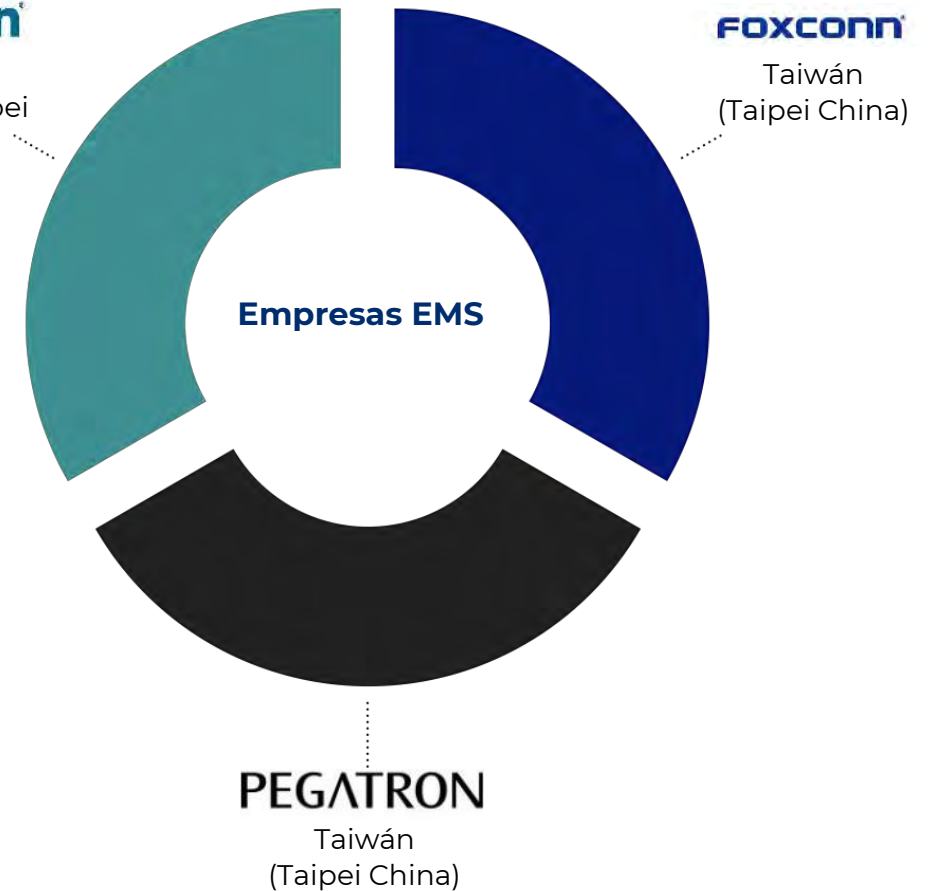
ODM diseño e ingeniería, manufactura y ensamble

(Original Design Manufacturer)

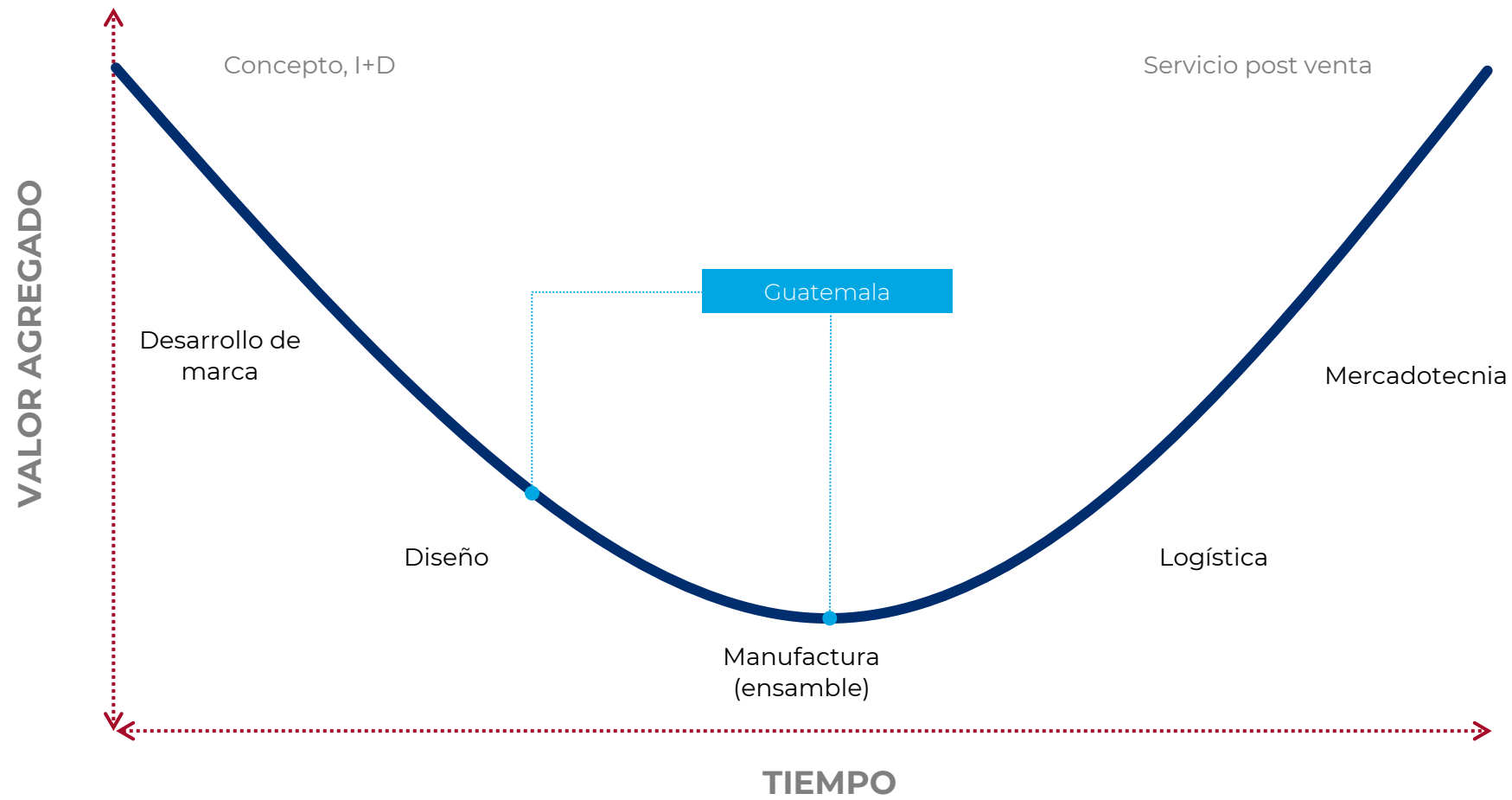


wistron

Taoyuan,
Taiwán (Taipei
China)



Cadena de valor



Cadena de valor



Hallazgos del benchmark de países líderes



ECOSISTEMA.

Relación de los proveedores, contratistas, academia, asociaciones o cámaras industriales y gobiernos. Se considera factores de innovación e incentivo para incursión de un país en el sector electrónico.



POLÍTICA PÚBLICA E INCENTIVOS.

Fortaleza de las empresas del sector no es sólo interna sino de apoyos externos que les brindan en el ambiente que operan.



ESTRATEGIA DE IED

Refuerzo al sector al sector electrónico, impulsar la proveeduría local.



COMPETITIVIDAD

Para jugadores tardíos de la industria: construir capacidades tecnológicas locales, atraer IED, construir infraestructura, tener acceso a mercado y a consumidor final.



RELACIÓN ENTRE LA ACADEMIA, GOBIERNO Y SECTOR PRIVADO

Para resolver problemáticas del sector y aprovechar oportunidades

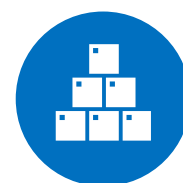
Factores clave para la competitividad en la industria electrónica



Desarrollo del **talento humano**.



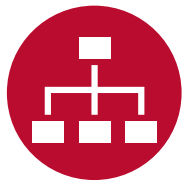
Capacidad para **atraer inversiones**.



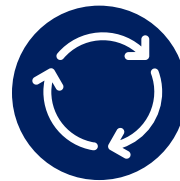
Facilidad para **importar y exportar bienes de capital**.



Contar con **acceso a mercados** que impulsen la demanda en productos y servicios electrónicos.



Ofrecer una estructura y **ambiente de negocios** adecuado para instalación y desarrollo de empresas de electrónicos.



Fomentar **redes de proveeduría e industrias relacionadas al sector** (logística, parques industriales, zonas económicas especiales, etc.)

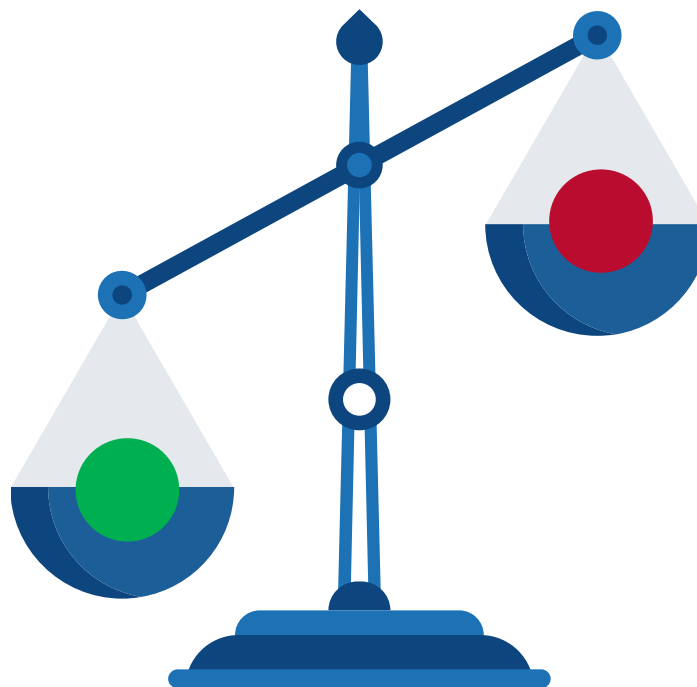


Tener un marco legal o política industrial que favorezca la **certeza jurídica** para el avance del sector electrónico en el país

Ventajas y retos de competitividad

VENTAJAS

- Estabilidad Macroeconómica** ●
Resiliencia y sólidos fundamentos económicos
- Estabilidad política** ●
Se fomenta y mantiene un clima de negocios estable
- Condiciones de acceso preferencial** ●
Acuerdos comerciales DR-CAFTA y TLC-México, entre otros
- Unión Aduanera Centroamericana** ●
Acceso a mercados, complementariedad de actividades de manufactura
- Costos/Tiempos en logística** ●
Ubicación geográfica estratégica con acceso a México y EEUU, ambos mercados de alta producción y consumo de electrónicos
- Formación de capital humano** ●
Programas especializados en Universidades y Centros de Capacitación (p.e. Universidad Galileo-Intecap)
- Bono Demográfico** ●
Base de la pirámide poblacional es amplia en los rangos menores a 20 años
- Industria naciente** ●
Experiencia de empresas locales en la manufactura de electrónicos(p.e. Molvu, GTBilt, Kingo, Bitmec)



RETOS

- Fortalecer la vinculación academia-industria** ●
Para incrementar el talento humano preparado y sujeto a certificarse en la industria
- Disminuir la fuga de talento** ●
Aumentar las oportunidades laborales en el país en áreas operativas, técnicas y profesionales
- Mejorar el acceso a fuentes de financiamiento** ●
Para dar opciones diversas a la industria electrónica
- Contar con una Política Industrial** ●
Que priorice sectores estratégicos entre ellos la manufactura de electrónicos
- Respuesta rápida** ●
Mejorar la capacidad y flexibilidad para atender a empresas ancla de esta industria, en un marco de certeza jurídica y un clima de negocios favorable
- Mejorar la Infraestructura Productiva** ●
Vial, aeroportuaria, portuaria, telecomunicaciones, parques industriales, ZDEEP
- Mejorar la imagen y posicionamiento del país en el extranjero** ●
Contar con una estrategia para la atracción de IED del sector de electrónicos.

Oportunidades en Guatemala

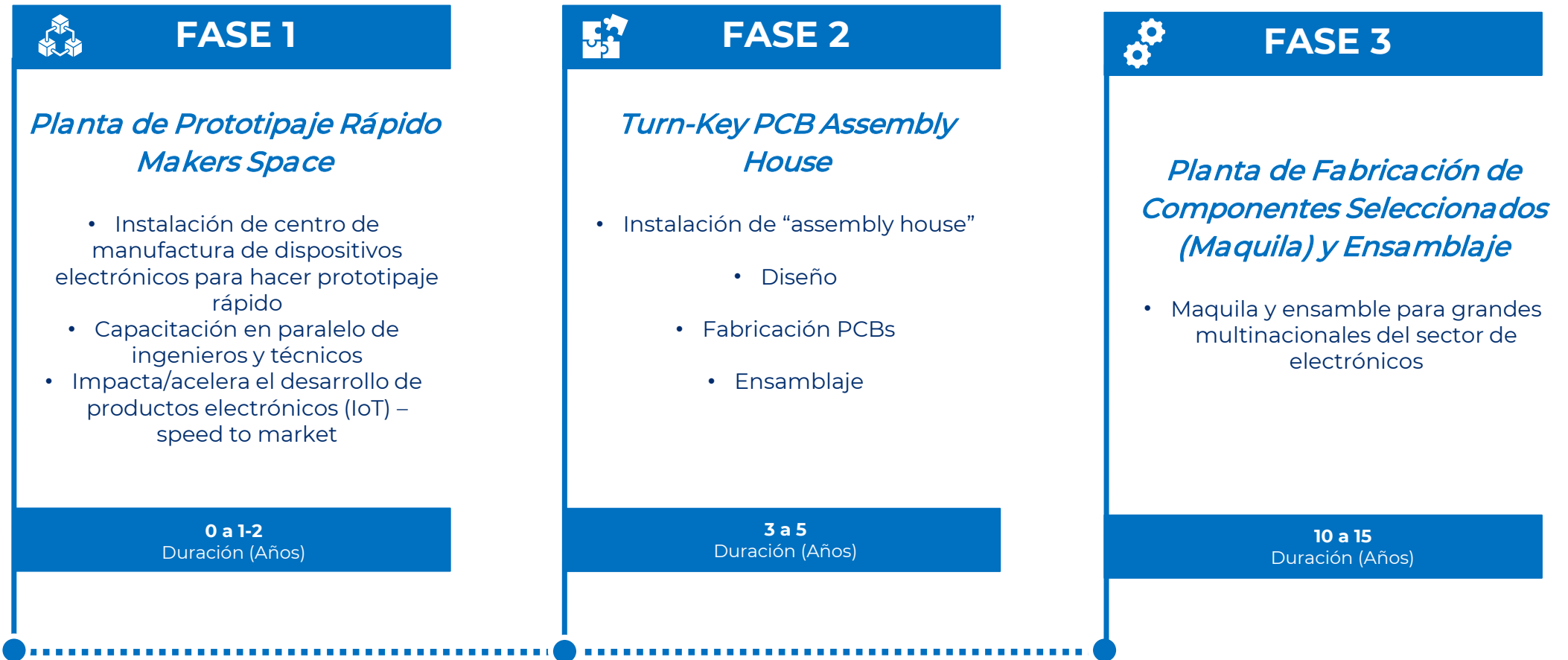
Desarrollo de manufactura de electrónicos



Ruta crítica para el desarrollo de la industria electrónica en Guatemala



Ruta crítica para el desarrollo de la industria electrónica en Guatemala





USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

Experiencia de Guatemala en Atracción de Inversión Extranjera Directa en Manufactura de Electrónicos

Proyecto Creando Oportunidades Económicas

17 de febrero 2022

Adaptación de la estrategia de promoción

PREPARACIÓN

- Inteligencia de inversión
- Entender el sector
- *Benchmark* con países de la región
- Identificación de prospectos potenciales



**Claridad en
¿Por qué Guatemala?**

APROXIMACIÓN SELECTIVA

- Contacto directo
- Representaciones diplomáticas –Red de C.C. –
- Agencias de promoción de terceros países
- Referencia directa



**Resultado de la promoción
intensiva**

PROMOCIÓN EFECTIVA

- Conocer estrategia y entender necesidades
- Generar relaciones de confianza
- Saber identificar y tratar los puntos delicados
- Información puntual y entregada formalmente



**Buena comunicación y
generación de empatía**

Adaptación de la estrategia de promoción

ATENCIÓN

- Conocer información/conceptos previamente adquiridos
- Asesoría especializada y personalizada
- Respuestas rápidas y forma
- Monitoreo de noticias de coyuntura
- Reuniones con especialistas –previa reunión –
- Vinculación con líderes de negocios y representantes del clúster
- Adaptarse al “modus operandi”

 **Lograr visita de exploración a Guatemala**

LIMITACIONES

- Infraestructura disponible –Parques Industriales–
- Acceso a financiamiento
- Mano de obra calificada
- Percepción de inseguridad
- Dilación en trámites

 **Construcción del modelo de negocio**

Adaptación de la estrategia de promoción

RECOMENDACIONES

- Confidencialidad
- Anticipación y proactividad
- Evitar que lo urgente desplace lo importante
- No forzar reuniones ni entrega de formatos o informes
- “Configuración” de promotores de oportunidades
- Definir el nivel y momento de participación de actores gubernamentales –previa reunión–



**Aseguramiento de calidad
de la atención**

**“¿Por qué no hay más empresas como
nosotros queriendo invertir en Guatemala?”**