

**Estudio comparativo de estrategias de zonas francas chilenas para captación de empresas
con respecto a estrategias de zonas francas colombianas**

Alvaro Enrique Miranda Hennessey

Angie Gissel Soto Linares

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá, D.C.

2019

**Estudio comparativo de estrategias de zonas francas chilenas para captación de empresas
con respecto a estrategias de zonas francas colombianas**

Alvaro Enrique Miranda Hennessey

Angie Gissel soto Linares

Directora

Claudia Paola García Castiblanco

Trabajo de grado para optar al título de profesional en Negocias Internacionales

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá, D.C.

2019

Agradecimientos

Principalmente a Dios todo poderoso que día a día nos acompaña para darnos fortaleza para hacer realidad nuestros planes y proyectos. A nuestros familiares y amigos que de alguna forma hicieron parte de este proceso y que compartirán la inmensa alegría de culminarlo con éxito.

Resumen

Las zonas francas chilenas llevan realizando un trabajo muy importante en captación de empresarios, a diferencia de Colombia donde tienen mayor cantidad de zonas francas disponibles y muy pocos empresarios se encuentran dentro de ellas. Por tal razón este trabajo se plantea como objetivo determinar qué tipo de estrategias puede implementar el estado colombiano teniendo en cuenta los procesos chilenos y para poder incrementar el buen uso de estas zonas generando mayores beneficios económicos a los colombianos. Este trabajo se realizó mediante una metodología descriptiva bajo el marco teórico de competitividad de Klaus.

Como principales resultados se encuentra, que los dos países en temas de impuestos y beneficios son muy similares, las estrategias que se podrían implementar serían en estructura y nivel de competitividad con respecto al comercio que se da en estas zonas donde se transforman, venden y distribuyen productos, mejorando la capacidad de asesoramiento y capacitación al empresario en temas de importación y exportación que es fundamental para el mejoramiento de los procesos para la apertura de nuevos mercados internacionales, brindándole al empresario la posibilidad de un acompañamiento por parte de especialistas en comercio en los procesos para que se logre ingresar a varios países de manera eficiente y con análisis de mercado que busque la adaptación y distribución de los productos colombianos sin ningún error con la finalidad que este tipo de zonas se vuelvan campos de emprendimiento con gran proyección internacional.

Abstract

The Chilean free trade zones have been doing a very important job in attracting entrepreneurs, unlike in Colombia where they have more free trade zones and very few entrepreneurs are within them. For this reason, this work aims to determine what kind of strategies the Colombian state can implement taking into account the Chilean processes and to be able to increase the good use of these areas, generating greater economic benefits for Colombians. This work was carried out using a descriptive methodology under the theoretical framework of Klau's competitiveness.

As the main results are that the two countries on tax and benefits issues are very similar, the strategies that could be implemented would be in structure and level of competitiveness respect to the trade that occurs in these areas where they are transformed, sold and distributed products, improving the capacity of advice and training to the businessman in matters of import and export that is fundamental for the improvement of the processes for the opening of new international markets, giving the businessman the possibility of an accompaniment by specialists in commerce in the processes so that it is possible to enter several countries efficiently and with market analysis that seeks the adaptation and distribution of Colombian products without any mistake with the purpose that this type of areas become entrepreneurship fields with great international projection.

Tabla de contenido

Introducción.....	10
Planteamiento del Problema.....	12
Pregunta de investigación.....	13
Objetivo general.....	13
Objetivos específicos.....	13
Estado del arte.....	14
Marco teórico.....	17
Metodología de la investigación.....	19
Capítulo I. Estrategias de Chile que incentivan a los empresarios a usar sus zonas francas.....	21
Contexto político, económico y comercial de Chile.....	21
Los acuerdos comerciales.....	26
Historia de las zonas francas chilenas.....	29
Zona franca de Iquique.....	30
Zona franca de Punta Arenas.....	30
Importancia de las zonas francas chilenas.....	31
Beneficios de las zonas francas chilenas.....	32
Capítulo II. Zonas francas colombianas y su funcionamiento.....	35
Contexto político, económico y comercial de Colombia.....	35
La apertura económica de Colombia y la importancia de los acuerdos.....	36
Las exportaciones e importaciones en Colombia.....	38
Primeros 5 destinos de exportación.....	38
Principales orígenes de importación.....	40
Las zonas francas en Colombia.....	41
Importancia de las zonas francas.....	42
Capítulo III. Estrategias exitosas de Chile que se pueden adaptar a las zonas francas colombiana.....	45
Conclusiones.....	51
Lista de referencias.....	52

Lista de tablas

Tabla 1. Repartición de la actividad económica de Chile por sector.....	23
Tabla 2. Cifras de comercio exterior de Chile.....	23
Tabla 3. Intercambio Comercial por socios, enero-marzo 2108 (millones US\$).....	25
Tabla 4. Acuerdos Comerciales de Chile Vigentes.....	26
Tabla 5. Beneficios e incentivos tributarios para los empresarios que se ubiquen en las zonas...33	
Tabla 6. Acuerdos comerciales colombianos.....	36
Tabla 7. Exportaciones tradicionales 2018.....	39
Tabla 8. Importaciones tradicionales 2018.....	40

Lista de figuras

Figura 1. Grafica construida a partir de los aportes de datos DANE (2019).....42

Introducción

Las zonas francas son territorios que se encuentran dentro de un país pero que no son consideradas parte del territorio del mismo puesto que las empresas que deciden ubicarse allí gozan de libre disposición de divisas y no pagan impuestos sobre la renta, ni aranceles sobre los bienes o materias primas que importan. Por ello se convierten en sectores atractivos para que las empresas se posicionen allí, lo cual genera un importante movimiento en la economía puesto que atrae inversión extranjera, incentivando la producción y comercialización de bienes con la realización de los diferentes tipos de transacciones como importaciones o exportaciones que generan dinámicas relaciones comerciales entre diferentes países del mundo por medio de acuerdos y tratados, que buscan reglamentar y facilitar dichas relaciones en una economía cambiante y globalizada (Procolombia, 2018)

Durante este trabajo se va a realizar una investigación descriptiva que en el primer capítulo abordará diferentes temas relacionados con Chile como su ubicación geográfica que resulta relevantes para comprender porque estas zonas no solamente resultan atractivas, sino que son muy importantes para las relaciones comerciales con sus países fronterizos por su extensión territorial, por su salida al mar, por su infraestructura vial o por la cantidad de países que lo rodean. Se describirán algunos de los hechos y personajes históricos que hicieron aportes para la construcción y evolución de las zonas francas que permitieron hacer de ellas un gran referente para Latinoamérica. Se describirá su funcionamiento y las estrategias gubernamentales, empresariales y gubernamentales como sus principales tratados y acuerdos a nivel mundial que le permiten atraer a una gran cantidad de empresarios a ubicar sus centros de operaciones dentro de las zonas francas.

En el segundo capítulo se realizará la descripción de diferentes aspectos de Colombia como su ubicación geográfica teniendo en cuenta los aspectos positivos y negativos, los diferentes factores que han influenciado en la evolución y funcionamiento de las zonas francas a lo largo de su historia y la importancia que han tenido en la implementación de una política aperturista para dar alcance a los acuerdos internacionales, la posición del gobierno actual frente a las dificultades que tienen las zonas francas para potencializar su funcionamiento, organización y logística interna. Se hará

un resumen de la cantidad de zonas francas que están en funcionamiento de acuerdo a la importancia que tienen por su ubicación y por la cantidad de usuarios que en la actualidad se benefician de sus diferentes privilegios.

Durante el tercer capítulo será en donde se dará respuesta a la pregunta de investigación de este trabajo en el cual se usó la teoría de la competitividad sistémica planteada por Klaus en la cual se establecen cuatro niveles que determinan los factores de la competitividad sistémica tales como meta, meso, micro y macro los cuales se abordaran en los capítulos dos y tres y se exaltaran en este último definiendo cuales de los patrones básicos de organización política, jurídica y económica y la capacidad estratégica que se refieren a los factores meso que tiene Chile pueden usarse en Colombia así como las competencias meso que se refiere a todas las acciones que se realizan para ejecutar la operación, como los son las leyes y las diferentes políticas como infraestructura física, educación, tecnológica, industrial, ambiental y regionales. Las competencias micro que son una de las más relevantes para este análisis debido a que en ella se encuentran implícitos diferentes retos a los que se enfrentan las zonas francas de Colombia. En cuanto al nivel macro que contempla políticas fiscales, presupuestarias, comerciales se tendrán en cuenta para generar un comparativo que servirá para dar como resultado de la investigación varias sugerencias de las estrategias que aún no implementa Colombia y que en la actualidad son exitosas en las zonas francas chilenas para atraer empresas a sus zonas francas.

Planteamiento del problema

En Colombia, hay aproximadamente 772 compañías operando en las zonas francas a diferencia de Chile que cuenta con 2.850 lo cual demuestra el desaprovechamiento de la infraestructura y acondicionamiento de estas áreas que están a disposición de las diferentes empresas del país. De acuerdo a estudios realizados por la revista Azfa en sus estadísticas de 2017, Colombia, es el país latinoamericano con mayor cantidad de zonas francas, sin embargo, el número de empresas que operan en estas zonas son pocas, considerando que el comercio del país cuenta con dos mares que generan mayor capacidad de distribución de mercancías a nivel mundial.

Las zonas francas fueron creadas con el fin de optimizar tiempos de nacionalización, despachos y trámites ágiles en la salida a mercados externos, buscando que el empresario cuente con bajos niveles de inventario y pueda nacionalizar parcialmente su mercancía con beneficios tributarios que les permiten optimizar sus recursos económicos.

Se puede evidenciar que Chile, capta 2.850 empresas con tan solo dos zonas francas. Esto se debe a varias estrategias comerciales utilizadas por el país para promover un mecanismo multiservicio tanto de movilización y comercialización de mercancías donde brinda seguridad, almacenamiento y hasta las mismas ventas de los productos que llegan a estas ZF. Esto lo hacen con formatos como centros comerciales y distribución mayoristas dentro de estas instalaciones lo cual genera un llamativo turismo comercial que permite que las zonas francas sean un atractivo turístico generando un valor agregado a esta importante zona del país.

De acuerdo al artículo del diario El Colombiano “No convence el comercio exterior de las zonas francas en Colombia” por Cubillos N. publicado el 25 de octubre de 2017; Colombia no tiene este tipo de estrategias montadas, para este país las zonas francas son solo un sitio de cargue y descargue de mercancías, las cuales solo son vistas por los empresarios con fin logístico, más no permite comercializar la mercancía de una manera rápida y eficiente teniendo en cuenta que se puede hacer uso del libre impuesto para estos productos y poder incentivar el turismo de compra en Colombia teniendo en cuenta los recursos de países vecinos. Por lo tanto, se realizará una investigación comparativa de las zonas Francas Colombianas con respecto a las de Chile para identificar las estrategias que ha implementado Chile para dar un valor agregado a sus zonas

francas que puedan llegar implementarse en las zonas francas colombianas con el fin de potencializarlas y atraer a empresas nacionales e internacionales.

Pregunta de investigación

¿Qué estrategias ofrece las zonas Francas de Chile para captar mayor cantidad de empresarios y como se puede implementar en Colombia?

Objetivo general

Realizar un análisis comparativo entre Chile y Colombia para definir las ventajas competitivas que están motivando a los empresarios chilenos a radicarse en las zonas francas, con el fin de determinar las estrategias aplicables a Colombia.

Objetivos específicos

- Describir las estrategias usadas por Chile para incentivar a sus empresarios, a la utilización de las zonas francas.
- Estudiar la situación actual de las zonas francas en Colombia, los manejos que se le dan y cómo está conformada esta estructura organizacionalmente.
- Establecer cuál estrategia usada por Chile sería la más viable que para ser incorporada por Colombia en sus zonas francas.

Estado del arte

La revisión de la literatura se dividió en tres etapas: 1. principales hechos históricos de las zonas francas. 2. Funcionamiento de las zonas Francas en Chile y en Colombia y leyes que lo regulan. 3. Estrategias para el aprovechamiento de zonas francas de Colombia y Chile.

La monografía que realizó Medellín Abueta y Zambrano Sánchez titulada Zona Franca como Estrategia Internacional para el Desarrollo de las empresas (2002) realiza una investigación descriptiva de los hechos históricos en donde se establece el origen de las zonas francas y realiza una caracterización procedimental de las zonas francas de Colombia describiendo las diferentes leyes que las regulan y los tratados comerciales que se benefician de este tipo de zonas especiales, dejando un análisis del paso a paso de la estructura formada durante su evolución y desarrollo de este concepto en Colombia.

En el estudio realizado por el Equipo Técnico de Zonas Francas del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) en diciembre de 2016 se identificaron y estandarizaron las principales características técnicas de los procesos y subprocesos de cada operación que se realizan en las ZF, lo que permite su análisis, control, replicabilidad y evaluación necesarios para la obtención de estadísticas de movimiento y comercio exterior de mercancías en zonas francas. El estudio muestra información valiosa que se usa para formular políticas económicas y de desarrollo que tiene como fin, mejorar las condiciones aduaneras, evaluar el comportamiento y fomentar la inversión privada mejorando índices de desempleo, crecimiento económico y desarrollo de sus regiones aledañas. Es un punto fundamental para entender el comportamiento económico nacional, ya que el motivo de la norma que regula las zonas francas es promover nuevas alternativas para intensificar la economía y es por eso que fomentan en cierta medida el desarrollo del territorio donde se encuentran instaladas.

En el trabajo de grado presentado por Rivas titulado: La importancia de la Zona Franca de Bogotá como herramienta gerencial de Gestión logística para las empresas colombianas presentado en el año 2008 hace una investigación acerca de los beneficios de la zona Franca en Bogotá a empresas colombianas en tres principales aspectos que son el tributario, arancelario y cambiario identificando los beneficios que ofrecen como herramientas para la gestión logística. En su investigación cuantitativa para la cual toman como ejemplo algunas empresas de Bogotá evidencian los beneficios económicos que obtienen estas empresas en los tres aspectos

mencionados anteriormente frente a las que realizan sus procesos logísticos en los puertos marítimos de Cartagena, Barranquilla y Buenaventura, con esta investigación el autor logra dar a entender cómo el empresario de a pie puede beneficiar su negocio con estrategias comerciales aduaneras que tiene a su favor y poder ser rentable en su negocio solo apelando a sus derecho en el manejo de su empresas dentro de las zonas francas.

En la biblioteca del congreso nacional de Chile en su informe sobre las diferencias entre Zona Franca Primaria y Zona Franca de Extensión se mencionan las características principales del régimen general de Zona Franca, que incluye al de Zona Franca de Extensión, realizando un comparativo sobre los beneficios tributarios de la Zona Franca Primaria con la Zona Franca de Extensión, de Iquique (ZOFRI) y Punta Arenas (PARENAZON).con esta comparación el escritor da a conocer las ventajas comerciales que tiene Punta Arena contra la otra zona franca que se encuentra en Chile gracias al diseño de estrategias de mercadeo para incentivar las compras dentro de ese mismo territorio libre de impuestos y con una gran estructura diseñadas para compartirles a los centros comerciales del todo el país con su gran vitrina de descuentos abiertos al público.

En el Borrador de economía del Banco de la república de Colombia en su artículo 657 presenta la medición de los beneficios en el impuesto de renta otorgados a las empresas que operan en las zonas francas y evidencian que dichos beneficios no han generado un costo fiscal importante y que el aporte de las zonas francas al impuesto de renta no es significativo y los problemas de asignación de recursos que genera el actual régimen de zonas francas es beneficioso para el pueblo Colombiano ya que por medio de estas Zonas Francas se puede mejorar la tasa de empleo del país en unos pocos años. El escritor demuestra que se puede seguir manteniendo importantes beneficios para estas áreas que van a ser de gran ayuda para fortalecer el mercado nacional de exportación.

La Zona Franca de Iquique como plataforma comercial de Asia Pacífico en Sudamérica es un artículo de la biblioteca nacional de Chile publicado en 2013 menciona los resultados de una investigación cualitativa y cuantitativa que les permite concluir que actualmente la zona franca de Iquique representa un atractivo logístico y comercial para los países de Asia Pacífico debido a la suma de varios factores que estimulan la inversión, como una ubicación geográfica estratégica en Sudamérica, con condiciones financieras favorables que muestra que hoy en día se encuentra funcionando como un puente de negocios entre Sudamérica y el mundo, en donde solo durante

2012 se transaron US\$9 mil 33 millones, de los cuales US\$4 mil 400 millones corresponden a ventas. Un ejemplo de esto es China que posee alrededor de 400 empresas. India, por su parte, tiene 130 compañías operando en Iquique.

En el análisis crítico del Banco de desarrollo titulado zonas francas, comercio y desarrollo en América latina y el Caribe en 2012, luego de una labor investigativa cualitativa y cuantitativa se demuestra que las zonas francas en América Latina y el Caribe han venido tomando fuerza y aumentando su número considerablemente en los últimos 10 años. Se ha realizado un análisis detallado de su funcionamiento y problemáticas, así como las diversas formas en que operan en cada uno de los países generando un gran desarrollo y potencial para la atracción de inversiones, el desarrollo exportador y la generación de numerosos empleos. Dando importantes datos sobre los impactos, inversiones potenciales, posibles problemas y costos para apalancar procesos de innovación y desarrollo exportador.

La revista Azfa vol. 1 de 2015 titulada Panorama en las zonas francas de América latina demuestra en un estudio cuantitativo las cifras de las Zonas Francas en Latinoamérica que son aproximadamente 400 Zonas Francas que generan 900.000 empleos directos creados y más de 8.000 empresas usuarias principalmente en sectores como la industria, manufactura, logística, servicios y ventas comerciales. Evidencia que hay una interesante diversificación industrial al interior de las Zonas Francas en algunos países de la región que han escogido estrategias selectivas para diferenciarse como compañías usuarias, marco jurídico e incentivos para atraer la inversión extranjera. Debido a su importancia, se han creado una serie de organizaciones para representar a las zonas francas a nivel regional y local como lo son ANDI (Colombia), CNZFE (República Dominicana), ADOZONA (República Dominicana), CNZF (Nicaragua), CNZF (Paraguay), AZOFRAP (Panamá), AZOFRAS (Costa Rica), AGEXPORT (Guatemala), CZFU (Uruguay), AZAFRANCAH (Honduras), CAMTEX (El Salvador) y AZFA (Latinoamérica).

En esta investigación además de destacar los beneficios de las zonas Francas, su crecimiento y desarrollo en América latina se realizará una comparación descriptiva de las ventajas comerciales que en la actualidad tienen las zonas francas Chilenas frente a las Colombianas identificando el valor agregado que implementan en Chile para atraer a empresas nacionales y extranjeras al uso de las mismas potencializando el comercio internacional en el país y generando beneficios para las zonas en donde se encuentran ubicadas.

Marco teórico

Dado que se va a realizar una investigación comparativa de las zonas francas colombianas frente a las zonas francas chilenas para determinar que estrategias comerciales usa Chile que actualmente no se han adoptado en Colombia. Se implementará como marco teórico la teoría de la competitividad sistémica planteada por Klaus en la cual se establecen cuatro niveles que determinan los factores de la competitividad sistémica tales como meta, meso, micro y macro.

En cuanto al nivel meta que define patrones básicos de organización política, jurídica y económica y la capacidad estratégica, el cual da a la investigación las conclusiones y las posibles ejecuciones a realizar con el fin de dar las mejoras correspondientes a las conclusiones que se evidencian en el documento, se puede dar respuesta en esta investigación a las acciones políticas y estratégicas en las que Chile ha tomado ventaja frente a Colombia, así como a nivel meso que se refiere a todas las acciones que se realizan para ejecutar la operación como tal, como los son las leyes y las diferentes políticas como infraestructura física, educación, tecnológica, industrial, ambiental y regional sería de gran importancia el establecer cada una de ellas las falencias o ventajas que pueden ser aprovechadas y potencializadas por Colombia para aumentar el número de usuarios de sus zonas francas.

La competitividad de nivel micro es una de las más relevantes para este análisis debido a que en ella se encuentran implícitos diferentes retos a los que se enfrentan las zonas francas de Colombia, por lo que este nivel ayudará a realizar una revisión del comportamiento interno de las zonas francas colombianas permitiendo determinar, si realmente son competitivas y si sus estrategias de funcionamiento son óptimas ya que nos indica las tendencias que se deben tener en cuenta para medir su efectividad como lo son: la capacidad de gestión que exige la globalización y las estrategias empresariales adoptadas como la innovación, el desarrollo de producción y comercialización.

En las zonas francas hay dos factores de gran importancia de los que plantea Klaus y que definen a grandes rasgos las estrategias implementadas por Chile para tener ventaja frente a Colombia las cuales son la logística empresarial y la interacción de proveedores, productos y usuarios.

Por último, el nivel macro contempla políticas fiscales, monetarias, presupuestarias, comerciales y de competencia en los mercados externos que permiten guiar y estructurar esta investigación para encontrar los factores de mayor incidencia que llevaron a diversas empresas a

radicarse en las zonas francas de Chile aumentando su uso y aprovechamiento de las herramientas que en ella se presentan. Por medio del nivel macro evaluamos como esta Colombia con respecto al comercio internacional.

Metodología de la investigación

Dado que se va a realizar una investigación comparativa de las zonas francas colombianas frente a las zonas francas chilenas para determinar que estrategias comerciales usa Chile que actualmente no se han implementado en Colombia. Se implementará como marco teórico la teoría de la competitividad sistémica planteada por Klaus en la cual se establecen cuatro niveles que determinan los factores de la competitividad sistémica tales como meta, meso, micro y macro.

En cuanto al nivel meta que define patrones básicos de organización política, jurídica y económica y la capacidad estratégica, el cual da a la investigación las conclusiones y las posibles ejecuciones a realizar con el fin de dar las mejoras correspondientes a las conclusiones que se evidencian en el documento, se puede dar respuesta en esta investigación a las acciones políticas y estratégicas en las que Chile ha tomado ventaja frente a Colombia, así como a nivel meso que se refiere a todas las acciones que se realizan para ejecutar la operación como tal, como los son las leyes y las diferentes políticas como infraestructura física, educación, tecnológica, industrial, ambiental y regional sería de gran importancia el establecer cada una de ellas las falencias o ventajas que pueden ser aprovechadas y potencializadas por Colombia para aumentar el número de usuarios de sus zonas francas.

La competitividad de nivel micro es una de las más relevantes para este análisis debido a que en ella se encuentran implícitos diferentes retos a los que se enfrentan las zonas francas de nuestro país, por lo que este nivel nos ayuda a realizar una revisión del comportamiento interno de las zonas francas colombianas permitiendo determinar, si realmente son competitivas y si sus estrategias de funcionamiento son óptimas ya que nos indica las tendencias que se deben tener en cuenta para medir su efectividad como lo son: la capacidad de gestión que exige la globalización y las estrategias empresariales adoptadas como la innovación, el desarrollo de producción y comercialización.

En las zonas francas hay dos factores de gran importancia de los que plantea Klaus y que definen a grandes rasgos las estrategias implementadas por Chile para tener ventaja frente a Colombia las cuales son la logística empresarial y la interacción de proveedores, productos y usuarios.

Por último, el nivel macro contempla políticas fiscales, monetarias, presupuestarias, comerciales y de competencia en los mercados externos que permiten guiar y estructurar esta investigación para encontrar los factores de mayor incidencia que llevaron a diversas empresas a radicarse en las zonas francas de Chile aumentando su uso y aprovechamiento de las herramientas que en ella se presentan. Por medio del nivel macro evaluamos como esta Colombia con respecto al comercio internacional.

Capítulo I. Estrategias de Chile que incentivan a los empresarios a usar sus zonas francas

Este capítulo tiene por objetivo describir las principales estrategias empleadas en Chile para fortalecer sus zonas francas. Para tal fin, inicialmente se hará una contextualización respecto a las principales características geográficas, políticas y económicas de este país, en donde se abordarán algunas de las ventajas que por su ubicación geográfica han sido aprovechadas comercialmente para convertirse en uno de los más importantes puentes comerciales entre Asia y Suramérica. Se mencionarán algunas iniciativas políticas que han logrado realizar cambios positivos en el entorno económico de Chile ayudando a posicionar las zonas francas a lo largo de los años como una importante plataforma de comercio para Latinoamérica.

Contexto político, económico y comercial de Chile

La república de Chile está ubicada en América del sur y es conocido como un país tricontinental debido a la división de sus zonas geográficas que son:

Zona Continental que hace referencia a la costa occidental hasta la cordillera de los Andes que limita con Perú al norte, Bolivia al nordeste y Argentina al este.

Zona Insular que hace referencia a las diferentes islas como las islas Desventuradas, las islas de Pascua, islas Salas y Gómez ubicadas en Oceanía.

Zona Antártica que es el límite meridional con el Polo Sur.

La costa de Chile es bastante grande ya que cuenta con 6.435 km de longitud por lo tanto su soberanía marítima comprende cuatro zonas: el mar territorial que es en donde el estado ejerce plena soberanía, la zona contigua que es en donde el estado ribereño no tiene soberanía y es la extensión adyacente al mar territorial, la zona económica exclusiva que es la franja marítima de una distancia de 200 millas del mar territorial y la plataforma continental que es la continuación submarina de los continentes que goza de gran importancia económica por su abundante vida vegetal y animal (Ministerio de asuntos exteriores y de cooperación gobierno de España 2018).

En años anteriores se consideraba un país en desventaja por su ubicación geográfica debido a que la ruta desde y hacia Europa era larga y compleja al igual que con Estados Unidos tenían poco contacto lo que dificulta sus relaciones comerciales, sin embargo en la actualidad su posición geográfica ha traído un gran beneficio económico debido al importante movimiento de mercancías

que tiene no solamente Chile sino sus países vecinos con países industrializados de Asia como China, Japón, Taiwán entre otros que abastecen las necesidades del mercado chileno y sus alrededores y que requieren de los bienes ofertados por países sudamericanos lo cual convierte a Chile en uno de los más importantes puertos comerciales del cono sur.

La organización gubernamental de Chile es similar a la de Colombia debido a que es un estado unitario, democrático y presidencialista que se rige bajo las leyes de una constitución y cuenta con tres ramas de poder: la ejecutiva, encargada de la administración pública encabezada por el presidente que es jefe de estado y de gobierno que cuenta con sus colaboradores los ministros de estado. La legislativa que cuenta con el congreso nacional y está compuesta por el senado y la cámara. La judicial que tiene como máxima instancia la corte suprema de justicia y cuenta con tribunales independientes que buscan impartir justicia.

El actual mandatario Sebastián Piñera cuenta con políticas económicas sólidas y favorables que buscan recuperar la inversión extranjera que durante el gobierno anterior de Michelle Bachelet se mantuvieron en contracción. Piñera en su primer año de gestión sobresalió por generar un crecimiento económico de 4% (D. Nogales 2019) que en comparación a los cinco años anteriores ha sido el mayor en el periodo, por el aumento de la inversión principalmente de maquinarias y equipos industriales. El gobierno introdujo medidas en la reforma tributaria que buscan generar incentivos al sector empresarial con espíritu innovador que generan una sólida base para el dinamismo económico y a las inversiones globales, logrando que Chile tenga el mejor perfil de inversión de la Alianza Pacifico que es un mecanismo de integración regional conformado por Colombia, Chile, México y Perú y también logrando grandes beneficios de los acuerdos económicos de libre comercio vigentes (F. Gattavara 2019).

En Chile se encuentran tres importantes fuentes económicas el sector industrial que participa con un tercio del PIB y genera el 23% de los empleos del país en la elaboración de productos manufacturados, productos químicos, madera y productos agroalimentarios. El segundo sector es el agrícola que aporta un 4,3% al PIB generando empleo a un 10% de la población en actividades como la viticultura, pesca y producción de fruta que gracias a la estrategia implementada en los años 90 de introducción en los mercados de Asia, Europa y Norte América ha alcanzado niveles históricos en exportaciones, debido a que pueden ofrecer frutas fuera de temporada por su privilegiada ubicación en el hemisferio sur. Por último, el sector de servicios ha ganado gran

importancia por su aporte del 64% del PIB generando un 67% de empleo a la población chilena.

Tabla 1.

Repartición de la actividad económica de Chile por sector

Repartición de la actividad económica por sector	Agricultura	Industria	Servicios
Empleo por sector (en % del empleo total)	9,3	22,7	67,6
Valor añadido (en % del PIB)	3,8	30,0	57,6
Valor añadido (crecimiento anual en %)	0,3	-0,4	2,7

Nota. Tabla construida a partir de los aportes de World Bank (2017).

El producto de mayor nivel de comercialización es el cobre con un 50% de las exportaciones del país, motivando a los chilenos a la búsqueda de nuevos productos o servicios que le permitan bajar la dependencia del cambio del precio del cobre, provocando afectaciones a la economía por su gran volatilidad en el mercado mundial. Las frutas y los productos de la pesca han ido incrementando su comercialización principalmente a China y Estados Unidos.

La política de comercio exterior de Chile es clara y se fundamenta en avanzar en las relaciones internacionales con países del mundo, que le aporten a la economía del país tanto en la importación como en la exportación de productos que le den una estabilidad a su balanza comercial para generar un fuerte impacto en el desarrollo a corto y mediano plazo de la infraestructura.

Tabla 2.

Cifras de comercio exterior de Chile

Indicadores de comercio exterior	2013	2014	2015	2016	2017
Importación de bienes (millones de USD)	79.249	72.159	63.039	58.825	65.162
Exportación de bienes (millones de USD)	76.477	75.675	63.362	59.917	68.306
Importación de servicios (millones de USD)	15.855	14.724	13.444	13.075	13.062

Exportación de servicios (millones de USD)	12.452	10.967	9.737	9.625	10.209
Importación de bienes y servicios (crecimiento anual en %)	2,0	-6,5	-1,1	0,2	4,7
Exportación de bienes y servicios (crecimiento anual en %)	3,3	0,3	-1,7	-0,1	-0,9
Importación de bienes y servicios (en % del PIB)	32,8	32,2	29,6	27,3	27,0
Exportación de bienes y servicios (en % del PIB)	32,2	33,1	29,4	28,2	28,7
Balanza comercial (millones de USD)	2.015	6.466	3.426	5.44	7.922
Balanza comercial (incluyendo servicios) (millones de USD)	-1.41	2.736	-149	2.16	4.863
Comercio exterior (en % del PIB)	65,0	65,3	59,0	55,5	55,7

Nota. Tabla construida a partir de los aportes de World Bank (2017).

En lo comercial desde el punto de vista macro Chile tiene muy buenas relaciones con el mundo en general, su principal aliado es China el cual representa un 28% del total del comercio chileno siendo el principal comprador y proveedor del país; Chile sirve como el enlace de China con países como Bolivia, Paraguay y Argentina para la distribución y comercialización de los productos chinos, los cuales en muchos países no pueden ingresar directamente desde China por ciertas barreras arancelarias con el fin de proteger los pequeños productores de cada país, seguido por Estados Unidos y Europa con el 17,3% y un 12,7% respectivamente. Por otro lado, se encuentra su gran relación con toda Asia que representa aproximadamente el 40% del movimiento de mercancías de Chile, ahora bien, los países de América del sur, más precisamente Mercosur son socios muy importantes y se encuentra en el 18% de participación de comercio exterior de este país. A continuación, en la tabla 2 se evidencian los principales países que tienen acuerdos comerciales vigentes con Chile (Ministerio Exterior Chile 2018).

Tabla 3.

Intercambio comercial por socios, enero-marzo 2108 (millones US\$)

Socios con acuerdos comerciales	Exportaciones			Importaciones		
	Ranking		MM US\$	Ranking		MM US\$
	Mercado	Acuerdo		Mercado	Acuerdo	
China	1	1	\$ 5,871	1	1	\$ 4,340
Estados Unidos	2	2	\$ 3,295	2	2	\$ 3,078
Unión Europea	3	3	\$ 2,195	3	3	\$ 2,496
Mercosur	4	4	\$ 1,218	4	4	\$ 2,500
Japón	5	5	\$ 1,913	5	5	\$ 529
Alianza del Pacífico	6	6	\$ 878	6	6	\$ 1,190
Corea del Sur	7	7	\$ 1,206	7	7	\$ 424
India	8	8	\$ 475	11	11	\$ 211
Canadá	10	9	\$ 315	10	10	\$ 213
Ecuador	14	13	\$ 102	8	8	\$ 341
Tailandia	13	11	\$ 120	9	9	\$ 271
Bolivia	12	10	\$ 274	22	19	\$ 28
Vietnam	15	15	\$ 78	13	12	\$ 197
EFTA	-	14	\$ 101	-	13	\$ 75
Centro América	-	12	\$ 119	-	18	\$ 38
Turquía	18	16	\$ 58	18	14	\$ 69
Australia	19	17	\$ 53	20	16	\$ 61
Malasia	22	20	\$ 37	19	15	\$ 63
P4	-	21	\$ 36	-	17	\$ 59
Hong Kong	21	19	\$ 43	25	20	\$ 25
Panamá	20	18	\$ 45	34	22	\$ 11
Venezuela	24	22	\$ 27	29	21	\$ 16
Cuba	38	23	\$ 7	49	23	\$ 1
Total, socios con acuerdo comercial			\$ 18,466			\$ 16,236
Comercio exterior total			\$ 19,528			\$ 17,271
Socios comerciales en el comercio exterior chileno			95%			94%

Nota. Tabla construida a partir de los aportes del reporte trimestral del ministerio de relaciones exteriores de Chile (2018).

Los acuerdos comerciales

La economía se internacionaliza y se vuelve un tema global que hace necesario pactar reglas

del juego entre países con el fin de evitar conflictos por lo cual se firman acuerdos y tratados entre países que cuentan con intereses en común que se suplen total o parcialmente por medio de negociaciones, Chile tiene varios tratados a nivel mundial, con el fin de hacer parte del mercado global, tomando en cuenta países vecinos de América, países europeos, pasando por Asia y varios países de África, de esa forma logra que su economía se internacionalice de manera que su balanza comercial siga en un crecimiento positivo. A continuación, los acuerdos que se encuentran vigentes:

Tabla 4.

Acuerdos comerciales de Chile vigentes

Parte signataria	Tipo de acuerdo	Entrada en Vigor	Características principales
Australia	Acuerdo de libre comercio	2009 - Marzo 06	El texto aborda materias relacionadas con el comercio de bienes, servicios, inversiones, compras públicas y propiedad intelectual, y también crea una institucionalidad que permite el intercambio de experiencias, consultas y resolución de conflictos a través de comités. además, el tratado considera instancias para discutir los problemas relacionados con los obstáculos técnicos al comercio y en materia de medidas sanitarias y fitosanitarias, entre otros.
Bolivia	Acuerdo de competencia económica	1993-Abril 06	100% de preferencia arancelaria a todos los productos de Bolivia, a excepción del trigo, harina de trigo y azúcar (para este último producto, Chile concedió una cuota de 6 mil toneladas anuales libre de arancel).

Canadá	Acuerdo de libre comercio	1997 - Julio 05	Se acordó un proceso de desgravación paulatino, que culminó en el año 2003, fecha desde la cual el 98,7% de los productos chilenos puede ingresar a dicho mercado sin pago arancelario.
China	Acuerdo de libre comercio	2006-Octubre 01	China fue aumentando su presencia en el comercio nacional hasta convertirse en el primer socio comercial de Chile y receptor del 28,48% de las exportaciones totales de Chile al mundo.
Colombia	Acuerdo de libre comercio	2009-Mayo 08	Genero el establecimiento de un espacio económico ampliado entre los dos países, que permita la libre circulación de bienes, servicios e inversiones, además de buscar una acción coordinada en los foros económicos internacionales.
Corea del Sur	Acuerdo de libre comercio	2004 - Abril 02	Otorgó acceso preferencial para los productos y servicios chilenos a un mercado de 51 millones de personas, generando nuevas oportunidades para el comercio bilateral.
Cuba	Acuerdo de complementación económica	2008 - Junio 27	Se pactó el abastecimiento de productos agroalimentarios que permite cubrir la industria turística en dicho país.
Ecuador	Acuerdo de complementación económica	2010-Enero 25	El 96,6% de los productos se encuentran libres de arancel, mientras que el 3,4% restante se encuentra excluido de los beneficios arancelarios negociados en el ACE.
EFTA (2)	Acuerdo de Libre Comercio	2004 - Diciembre 01	EFTA está integrado por los países de Islandia, Noruega, Liechtenstein y Suiza, quienes, aunque no son miembros de la

			Unión Europea, mantienen relaciones comerciales como si fueran parte de ésta, completamente abiertas y con reglas comerciales comunes, por cuanto ambos bloques forman el denominado Espacio Económico Europeo.
Estados Unidos	Acuerdo de Libre Comercio	2004 - Enero 01	Uno de los hitos más importantes de este acuerdo se cumplió el 1º de enero de 2015, cuando las mercancías de ambos países completaron su calendario de desgravación, desde entonces el 100% del comercio bilateral goza de arancel cero.
Hong Kong SAR	Acuerdo de Libre Comercio	2014 - Octubre 09	Se trata de un acuerdo comprehensivo, que incorpora capítulos relativos a comercio de bienes, reglas de origen, cooperación aduanera, medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF), obstáculos técnicos al comercio (OTC), compras públicas, defensa comercial, competencia, servicios, establecimiento, servicios financieros, asuntos medioambientales, entre otros.
India	Acuerdo de alcance parcial	2007 - Agosto 17	La ampliación acordada además de aumentar la cobertura del AAP en términos de líneas arancelarias, contempla márgenes de preferencia entre un 80% y 100%, superiores al acuerdo original.
Japon	Acuerdo de asociación económica	2007-Septiembre 03	La negociación estableció para Chile seis listas de desgravación arancelaria con diferentes plazos: inmediata, a 5, 7, 10, 12 y 15 años.
Malasia	Acuerdo de libre comercio	2012 - Febrero 25	Intercambio comercial Chile-Malasia aumenta un 5,1%

Mercosur	Acuerdo de complementación económica	1996-Octubre 01	Se unieron las voluntades políticas de Argentina, Paraguay, Brasil y Uruguay y Chile para incorporar el Comercio de Servicios un mercado significativo, pero además importantísimo por su entorno vecinal.
México	Acuerdo de libre comercio	1999 - Julio 31	Comisión de Libre Comercio acuerda profundizar diálogo para incrementar intercambio comercial
Alianza del Pacífico	Protocolo comercial	2016-Mayo 01	Chile, Colombia, México y el Perú manifiestan su beneplácito por la entrada en vigor del protocolo adicional al acuerdo marco.
Perú	Acuerdo de libre comercio	2009-Marzo 01	Eliminar los aranceles y las medidas no arancelarias que afectaran el comercio bilateral de bienes, en listas de desgravación inmediata y de 5, 10, 15 y 18 años de plazo.

Nota. Tabla construida a partir de los aportes de la Dirección Nacional de Relaciones económicas Internacionales (2019).

Los acuerdos comerciales permiten a los países mejorar las relaciones de intercambio de productos o servicios para conseguir beneficios mutuos que los une como una fuerza comercial y económica, permitiendo que se genere inversión extranjera que llega en busca de expandirse a nivel internacional, dentro de las necesidades importantes que tienen los grandes empresarios es encontrar buenos sitios en donde ubicarse, que tengan diferentes beneficios, teniendo en cuenta variables como facilidad de transporte, proveedores o aliados estratégicos cerca, facilidad para conseguir mano de obra, beneficios fiscales, tributarios y económicos. Por ello se crearon las zonas francas que tienen como fin suplir todas o gran parte de esas necesidades para atraer inversión al país.

Historia de las zonas francas chilenas

A continuación, se hará un resumen de los datos históricos más relevantes de las zonas francas de Chile y las diferentes modificaciones a su legislación para poder mejorar su estructura con el fin de ser más competitivos internacionalmente.

Zona franca de Iquique.

El inicio de las zonas francas chilenas surgió con el presidente Eduardo Frei Montelva en compañía del ministro de hacienda Andrés Zaldívar Larraín que firmaron el decreto con fuerza de ley N.º 6 de 1969 para la instalación de la zona franca de Pisagua e Iquique con el fin de ingresar mercancías a estos sitios sin exigencias de registro de importación y sin otorgamiento de divisas durante un tiempo determinado. Posteriormente bajo la presidencia de Salvador Allende en febrero de 1973 nació el decreto No. 30 que estableció la Sociedad Administradora y Operadora de Zonas Francas S.A. pero solo hasta el año 1975 se reactivó con la presidencia de Pinochet que dio el aval para iniciar sus actividades en la calle Patricio Lynch como Zona franca de Iquique encaminada a generar desarrollo económico y social. Para el año 1978 la zona franca fue trasladada al barrio Colorado que se fue transformando de instalaciones pequeñas a una sofisticada zona de almacenes, oficinas y edificios aptos para el desarrollo de diferentes actividades comerciales (Zofri, 2018).

Con el Diario Oficial de la Ley No. 18.846 se da por terminada la junta de administración y vigilancia de la zona franca debido a que se aprobó que el estado participara en la explotación y la administración de las operaciones realizadas allí, ordenando a la Corporación de Fomento de la Producción y al FISCO convertirse en una sociedad anónima llamada “Zona Franca de Iquique S.A.” (ZOFRI S.A.) Que sería fiscalizada por la Contraloría General de la República junto con Superintendencia de Valores (Zofri, 2018).

En la actualidad la zona franca tiene 240 hectáreas y es conocida como “Recinto amurallado” o “Barrio industrial” a lo largo de los años se ha convertido en la puerta estratégica de entrada y salida de productos de Argentina, Brasil, Paraguay, Bolivia y Perú al continente asiático que dentro de sus recintos cuenta con más de dos mil empresas usuarias.

Zona franca de Punta Arenas.

La zona franca de Punta Arenas se encuentra ubicada en la región de Magallanes o también conocida como Patagonia Chilena, abrió sus puertas al público en 1977 y fue inaugurada por el intendente regional Nilo Floody, con la finalidad de crear un recinto franco para incentivar la inversión en esta región extrema. En principio la zona franca cubría sólo la XIIª región, pero gracias a la ley No. 19.946 se estableció la expansión de la zona franca de punta arena a la Región de Aysén para bienes de capital (Biblioteca nacional del estado de Chile). Desde su inauguración hasta el 2007 su administración quedo a cargo de Parenazon Chile Ltda. entidad que durante treinta

años se encargó del recaudo y administración de los recursos que producía esta zona y eran auditados por el gobierno regional de Magallanes.

Durante los últimos cinco años que la zona franca estuvo bajo la administración de Parenazon se realizaron diferentes obras de infraestructura consistentes en la calle que sirve de salida y entrada a la zona franca por el sector del muelle Mardones y algunas mejoras en las locaciones que generaron una exhaustiva investigación por parte de la contraloría tras las acusaciones de fraude al fisco que luego de un largo juicio que duro 6 años, termino en un contundente fallo en el cual la Corte Suprema reconoce que las obras realizadas se ajustan a los valores informados por Parenazon por lo tanto dichas inversiones pasaron a ser parte del patrimonio del Estado de Chile.

Desde el 2007 ha sido administrada por la Sociedad de Rentas Inmobiliarias Ltda. y en la actualidad cuenta con aproximadamente 53 hectáreas dispuestas a la atención de sus más de 960 usuarios que realizan actividades comerciales e industriales de importación y exportación como lo son la producción, transformación, bodegaje y comercialización de diferentes productos.

Con estas dos zonas francas Chile se convierte en una gran plataforma de negocios para Sur América que genera grandes oportunidades de negocio y amplía sus relaciones comerciales con el mundo.

Importancia de las zonas francas chilenas

En Chile son de gran importancia sus zonas francas por su cercanía con zonas fronterizas, eso le da mayor afluencia de turistas y de compradores que toman como primera opción, el beneficio de exoneración de los impuestos a los productos que son comprados en estas zonas, dándole la posibilidad de generar mayor ganancia a las personas o empresarios que quieran comercializar estos productos en diferentes partes de su territorio de origen , como lo pueden ser países cercanos o ciudades y pueblos aledaños que se nutren de esta iniciativa de desarrollo estas zonas son una gran fuente de desarrollo para los pueblos y ciudades a sus alrededores, con gran beneficio en el comercio a nivel internacional. Los más beneficiados son las poblaciones fronterizas que colindan con estas áreas de libre arancel y que por cuestiones de cambio de moneda puede ser más rentable comprar en dichas áreas, el producir, almacenar, comercializar y distribuir productos en estas zonas se hace más provechoso para los empresarios chilenos teniendo en cuenta el auge de clientes externos ayudan a tener una balanza comercial positiva en el país (Legiscomex, 2017).

Una buena legislación y una buena infraestructura que asegura un buen desempeño. La

legislación chilena dirigida hacia las zonas francas tiene como principal función dar al empresario de manera entendible y eficaz el cumplimiento de las normas y leyes que se deben tener en cuenta para poder sacarle provecho al beneficio que el gobierno le da a la práctica comercial en estas zonas que generan un ingreso importante para el país. su edificio con más de 16 locales que tienen al servicio del comerciante y del comprador con una serie de facilidades en trámites aduaneros, cambio de moneda extranjera y servicios de comunicación, cuenta con un centro de convenciones y salas de reuniones para que el empresario tenga la posibilidad de capacitar a sus empleados y reunirse fuera de sus instalaciones con compradores y ejecutar negocios con gran facilidad, y sintiéndose respaldado por la zona franca (chile, 2015).

Beneficios de las zonas francas chilenas

La colocación de las zonas francas en diferentes extremos del país le da el beneficio de manejar un área de comercio extensa con posibilidad de llegar a más clientes, su cómoda conexión a puerto y el gran manejo de comercio exterior que tienen los chilenos, le da a Chile una ventaja con respecto a sus vecinos en relación al comercio exterior, hoy en día tiene 26 acuerdos comerciales de libre comercio, con una apertura aproximada de 64 mercados que equivale al 63% de la población del mundo y el 86,3% de la población mundial que le da facilidad de traer a la zona de productos tecnológicos, elementos de telecomunicaciones, automóviles y una serie de artículos que demanda las sociedades de América Latina, estas áreas principalmente se hace paso obligatorio para suplir las necesidades de países como Bolivia, y países como Perú y Argentina que reciben mercancía muy importante para su comercio desde los puertos y las zonas francas chilenas ya que por medio de estos la mercancía baja su valor con respecto si llegaría directamente a su país, esto se debe que por el océano Atlántico llega mercancía para Suramérica de países de Asia y Europa con mayor facilidad. Esta es las estrategias que se consideran como el principal gestor de la masiva visita de extranjeros con capacidad de compra, que ve una alternativa diferente con ventaja en costos, que se debe aprovechar y por medio de este tipo de zonas ayudar al comercio y satisfacer las necesidades de muchas ciudades y pueblos cercanos que por diferentes causas como lo son su situación geográfica y los costos de los productos en sus zonas suplen de estas zonas los productos necesarios para tener una calidad de vida adecuada a los mejores estándares de la región. Teniendo en cuenta que las zonas francas se encuentran ubicadas cerca a los puertos donde los barcos llegan con mercancía lo cual logísticamente hace bajar costo a los empresarios en temas de transporte y

entregas de productos.

Tabla 5.

Beneficios e incentivos tributarios para los empresarios que se ubique en las zonas.

Tipo de inversión	Descripción y características clave que las distinguen	Sectores asociados claves	Efecto de los incentivos fiscales y de otro tipo en las decisiones de ubicación
Búsqueda de recursos naturales	Motivada por el acceso a recursos naturales o materias primas en la localidad anfitriona.	Extractivos (por ejemplo, petróleo, gas y minería); agricultura; pesca; energía renovable (por ejemplo, eólica, solar, hídrica).	Limitado porque la dotación de recursos naturales es el motor fundamental. Los incentivos pueden ayudar a compensar una menor calidad o cantidad de los recursos naturales.
Búsqueda de mercados	Motivada por el deseo de hacer crecer el mercado. Afectada por el potencial y los atributos del mercado (dimensiones, área, población, ingreso per cápita, preferencias de los consumidores, etc.).	Manufactura, comercio minorista y servicios (por ejemplo, finanzas, telecomunicaciones y transporte) dirigidos al mercado nacional.	Limitado porque las decisiones de inversión están centradas principalmente en las características del mercado.
Búsqueda de eficiencia	Motivada por el deseo de aprovechar los factores presentes en la localidad anfitriona (por ejemplo, mano de obra barata, energía, tierra).	Manufactura y servicios para mercados de exportación.	Mayor eficacia, en especial en las últimas etapas de la selección del sitio.
Búsqueda de activos	Impulsada por el deseo de adquirir activos tangibles	Diversos sectores, tanto en la manufactura como	Mayor eficacia, en especial en las últimas

estratégicos	o intangibles (por ejemplo, tecnología de avanzada, nombre de marca) para fortalecer la posición de la empresa o debilitar la posición de los competidores.	en los servicios	etapas de la selección del sitio.
--------------	---	------------------	-----------------------------------

Nota. Tabla construida a partir de los aportes del Banco Mundial (2017).

Los beneficios fiscales son importantes para los empresarios, más que la misma ubicación de la zona, porque los empresarios siempre están en busca de minimizar sus gastos operacionales, como de comercialización y bodegaje, para empresas como las pymes que vienen emprendiendo sus ideas o forma de comercio con poca inversión esto alivia las operaciones de importación y exportación de los empresarios cambiando la mentalidad de estas organizaciones que no se deben enfocar en bajar los costos ingresando o enviando productos con baja calidad para poder ser competitivos en los mercados internacionales.

Este tipo de beneficios le dan al comercio un incentivo para que los empresarios y emprendedores relacionados con el comercio exterior puedan en estas medidas encontrar una mejor competencia con empresarios de otros países de un nivel superior. El arancel 0%, el 0.6% sobre el valor del CIF de mercancías, el 0% en la primera venta en Zofri le dan más comodidades al vendedor y comprador de estas zonas.

Capítulo II. Zonas francas colombianas y su funcionamiento

Este capítulo tiene el objetivo de estudiar la situación de las zonas francas en el país, por lo que en primer lugar se realizará una contextualización de la actualidad política, geográfica y económica de Colombia para posteriormente realizar una descripción del funcionamiento y organización de las zonas francas de este país, con el fin de identificar los factores por los cuales, éstas no son tan eficientes a la hora de atraer empresas y empresarios como sí lo son las chilenas.

Contexto político, económico y comercial de Colombia

Colombia es un estado unitario, social y democrático descentralizado, cuenta con una posición geográfica privilegiada debido a que es la única nación de América del sur que cuenta con costas en el océano Pacífico y en el océano Atlántico; Es una república organizada políticamente en 32 departamentos descentralizados y el Distrito capital de Bogotá, sede del gobierno nacional (Banco de la República 2012)

Sus límites fronterizos son al Oriente con Venezuela y Brasil, al Sur con Perú y Ecuador y al Noroccidente con Panamá y sus límites marítimos son con Panamá, Costa Rica, Nicaragua, Honduras, Jamaica, Haití, República Dominicana y Venezuela en el mar Caribe, y con Panamá, Costa Rica y Ecuador en el océano Pacífico (Armada Nacional de Colombia 2007)

Su actual mandatario es Iván Duque conocido como el presidente más joven de la historia llega con propuestas para incentivar el comercio exterior como redes de pequeños exportadores que cuenten con acompañamiento técnico principalmente enfocados al turismo que abran mejores y mayores mercados internacionales.

Uno de los mayores retos que tiene el gobierno es diversificar los socios comerciales con una política de eliminación y simplificación de trámites por medio de nuevas tecnologías y formación digital y acompañamiento técnico a los grandes y pequeños empresarios con el fin de aprovechar los tratados comerciales con los que actualmente cuenta el país.

Colombia tiene una economía que se provee de la exportación y comercialización de bienes primarios y la producción de productos para el consumo interno de su población, uno de sus principales recursos económicos es el café, siendo uno de los productos más exportados y el que más reconocimiento le ha otorgado al país por su calidad reconocida por la comunidad internacional como uno de los mejores productores de café en el mundo; cabe mencionar que este producto ha venido bajando su comercialización en el extranjero en los últimos años.

La producción de petróleo es de las primeras Sur América siendo el cuarto productor de América Latina, en recursos mineros la explotación de carbón, oro, esmeraldas, zafiros y diamantes es de las más importantes para el fortalecimiento de la economía del país. La agricultura ocupa un espacio en la economía de Colombia, en la cual se destaca la floricultura y los cultivos de banano, para finalizar se destaca el aumento de la comercialización y exportación del sector químico y textil (Colombia.com, 2016).

La apertura económica de Colombia y la importancia de los acuerdos

La apertura económica inició en Colombia a principios de los años noventa por la creciente necesidad de los países latinoamericanos de integrarse a la economía global, luego de varias décadas en las que se mantuvo una política proteccionista que había saturado al mercado con productos nacionales de manera que el poder de compra era inferior a la oferta y el control de calidad se deterioraba por falta de competencia se generó la apertura económica bajo el gobierno de Cesar Gaviria. Una década después quedó comprobado que la ideología neoliberalista no fue aplicada en su totalidad debido a que el país no contaba con la infraestructura vial y la tecnología principalmente agrícola para competir con los mercados internacionales por lo tanto se tuvo que generar algunas barreras para algunos productos que afectaban el mercado local a pesar de las medidas adoptadas muchas industrias no lograron sobrevivir a la competencia y sectores enteros de producción desaparecieron (Red Cultural del Banco de la Republica en Colombia 2018).

Toda esta expansión de mercado ha llevado a la búsqueda de tratados de libre comercio (TLC) con países estratégicos para el comercio multilateral, con el fin de mejorar la calidad de todo proceso productivo, logístico venta y posventa de lo mismo. A continuación, los acuerdos que Colombia tiene vigentes.

Tabla 6.

Acuerdos comerciales colombianos

Acuerdos multilaterales	
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción
Miembros de la OMC	30 abril 1995
	(Parte contratante del GATT 1947 desde 03 octubre 1981)
Uniones aduaneras	
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción

Comunidad Andina	26-may-69	
Acuerdos de libre comercio		
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha suscripción	de Vigencia
Alianza del Pacífico	10-feb-14	1-may-16
Costa Rica	22-may-13	1-ago-16
Corea	21-feb-13	15-jul-16
Unión Europea	26-jun-12	
Asociación Europea de Libre Comercio (AELC) Asociación Europea de Libre Comercio	25-nov-08	1-jul-11
Canadá	21-nov-08	15-ago-11
Triángulo del Norte (El Salvador, Guatemala y Honduras)	9-ago-07	
Chile	27-nov-06	8-may-09
Estados Unidos	22-nov-06	15-may-12
México	13-jun-94	
Acuerdos comerciales preferenciales		
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha suscripción	de Vigencia
Venezuela (AAP.C N° 28)	28-nov-11	19-oct-12
Colombia - Ecuador - Venezuela - MERCOSUR (AAP.CE N° 59)	18-oct-04	
CARICOM (AAP.A25TM N°31)	24-jul-94	
Panamá (AAP.AT25TM N° 29)	9-jul-93	18-ene-95
Nicaragua (AAP.AT25TM N° 6)	2-mar-84	
Costa Rica (AAP.A25TM N°7)	2-mar-84	
Acuerdos de asociación económica		
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha suscripción	de Vigencia
MERCOSUR AAP.CE N° 72	21-jul-17	
ACUERDOS COMERCIALES SUSCRITOS aún no vigentes		
Acuerdos de libre comercio		
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción	
Israel	30-sep-13	
Panamá	20-sep-13	

Nota. Tabla construida a partir de los aportes de Foreign trade information system (2019).

Los acuerdos comerciales que se establecieron con la apertura económica generaron la necesidad de tecnificar y mejorar la estructura de los puertos, así como abrieron la puerta a la implementación de las zonas francas como una manera de responder a la necesidad de procesos de almacenaje, producción y transformación de productos tanto nacionales como extranjeros o de aquellos que tenían materias primas mixtas.

La ley 1004 de 2005, tiene como concepto de zona franca, como un lugar dentro de la nación, aptas para promover procesos logísticos, industriales de bienes y servicios, con un fin comercial, bajo parámetros especiales en políticas aduaneras, tributarias, y de comercio internacional (Congreso de Colombia, 2005).

Las exportaciones e importaciones en Colombia

Colombia en comercio internacional tiene un lento avance teniendo en cuenta la parte tecnológica y de infraestructura, pero en los últimos años viene fortaleciendo sus relaciones con el mundo para darse un espacio en el mercado internacional, sus relaciones lo llevan cada vez más a exportar e importar de manera eficiente productos que sean viables, que cuenten con normas y procesos que están a la altura del mercado global, a continuación se mencionaran los principales productos de comercialización y sus países aliados en cada una de las actividades de comercio.

Las exportaciones de combustibles y productos derivados de las industrias extractivas participaron con 53,5% del valor FOB total de las exportaciones; así mismo, manufacturas participó con 21,7%, productos agropecuarios, alimentos y bebidas con 20,9%, y otros sectores con 3,9% (Procolombia, 2016).

Primeros 5 destinos de exportación.

Los destinos más importantes de exportación colombiana son Estados Unidos, la Unión Europea, China, Panamá y México. Estados Unidos es el principal cliente de bienes y de productos derivados del petróleo, la Unión Europea tiene una relación comercial muy grande con Colombia gracias al combustible y continúa teniendo un aumento en la compra de frutas y verduras. Seguido de China el cual es el tercer aliado más importante el cual se provee de combustible, materiales provenientes de la minería y una serie de productos de confitería, azúcares y especias.

Por otro lado, esta Panamá el cual es un país vecino de Colombia, con el que se estrechan muchos lazos comerciales, su principal producto exportado es el combustible y en segundo lugar se encuentra en auge el sector textil. México por su parte es uno de los países que más tiene

proyección exportadora para Colombia con la compra de combustible, productos ligados a sector automovilístico y los productos químicos (Analdex, 2019).

Tabla 7.

Exportaciones tradicionales 2018

MES	Productos					Exportaciones no tradicionales	Total, exportaciones
	Café	Carbón	Petróleo y sus derivados	Ferróní quel	Total, Exportaciones Tradicionales		
	Miles de Dólares FOB	Miles de Dólares FOB	Miles de Dólares FOB	Miles de Dólares FOB	Miles de Dólares FOB		
ene-18	247,016	669,643	1,287,828	42,839	2,247,326	1,077,563	3,324,889
feb-18	182,036	536,334	1,056,547	-	1,774,918	1,225,119	3,000,036
mar-18	195,997	701,670	1,193,779	56,603	2,148,048	1,217,029	3,365,077
abr-18	197,820	806,803	1,392,845	60,412	2,457,880	1,326,751	3,784,631
may-18	184,363	568,363	1,471,992	70,482	2,295,200	1,388,044	3,683,244
jun-18	141,569	493,301	1,381,049	47,888	2,063,807	1,267,972	3,331,779
jul-18	158,313	722,155	1,454,738	60,439	2,395,645	1,235,887	3,631,531
ago-18	205,116	540,393	1,596,379	52,938	2,394,826	1,289,573	3,684,399
sep-18	172,987	504,988	1,640,476	53,008	2,371,458	1,141,342	3,512,800
oct-18	186,451	721,233	1,548,575	52,378	2,508,636	1,260,030	3,768,666
nov-18	186,748	482,104	1,488,642	12,796	2,170,291	1,173,218	3,343,509
dic-18	209,094	700,928	1,256,580	48,674	2,215,276	1,185,683	3,400,959
Totales 18	2,267,511	7,447,913	16,769,430	558,457	27,043,310	14,788,210	41,831,520

Nota. Tabla construida a partir de los aportes de Procolombia (2018).

En las importaciones de manufacturas participaron con 75,8% del valor CIF total de las importaciones, seguido por productos agropecuarios, alimentos y bebidas con 13,0%, Combustibles y productos de las industrias extractivas con 11,0% y otros sectores 0,2% (Procolombia, 2016).

Principales orígenes de importación.

En los principales países vuelve a estar Estados Unidos como principal aliado comercial, el cual provee a Colombia de aceites y combustibles ya transformados como principales bienes de importación, seguido de una variedad de productos que llegan a fortalecer un mercado que demanda gran variedad de productos tecnológicos y de sectores como el de alimentos y construcción.

China es el segundo origen de importaciones que tiene como producto foco el sector de tecnología con una alta comercialización de productos como lo son los celulares y computadores de nueva generación. Seguido de la Unión Europea el cual es un mercado muy importante en la transformación del petróleo a productos terminados como el combustible y aceites para vehículos de transporte de carga de personas y medicamentos para el consumo humano.

México por su parte viene jalonando muy buenos negocios con Colombia con base a la compra de vehículos y partes de motores pesados, seguido de un aumento en la compra de televisores y productos para el entretenimiento de hogares (Analdex, 2019).

Tabla 8.

Importaciones tradicionales 2018

Mes	Total	Agropecuarios, alimentos y bebidas	Combustibles y Productos de industrias extractivas	Manufacturas	Otros sectores
ene-18	3,895,929	585,975	328,788	2,977,680	3,485
feb-18	3,650,611	466,652	337,254	2,842,537	4,168
mar-18	3,906,081	573,682	351,316	2,974,596	6,486
abr-18	4,238,342	644,274	265,783	3,326,739	1,546
may-18	4,513,346	642,276	361,065	3,506,506	3,499
jun-18	4,226,158	579,500	405,320	3,238,793	2,545
jul-18	4,347,436	552,662	413,538	3,377,962	3,274
ago-18	4,580,712	587,516	369,200	3,622,230	1,766

sep-18	4,047,790	542,699	308,822	3,191,591	4,679
oct-18	5,165,515	605,353	441,152	4,114,452	4,559
nov-18	4,475,746	582,176	364,650	3,525,300	3,619
dic-18	4,182,902	545,202	458,319	3,170,801	8,580

Nota. Tabla construida a partir de los aportes de Procolombia (2018).

Las zonas francas en Colombia

En Colombia las zonas francas comenzaron con la constitución de la zona franca industrial y comercial de Barranquilla en el año 1959 con un enfoque de administración pública que por diversas razones hacían que el número de zonas que se tenían en funcionamiento fuera reducida, por lo tanto fue necesario cambiar de enfoque por razones de tipo económico, político y legal, para lograr la finalidad perseguida se generó la Ley 114 de 2005 con el fin de cambiarle la vocación exportadora para convertirla en una plataforma de generación de empleo e inversión que le permitiera cumplir con los compromisos adquiridos por el país con la Organización Mundial del Comercio – OMC, lo cual incremento las áreas declaradas en búsqueda de posicionarlas como una gran oportunidad de fomento de negocios locales y extranjeros debido a los beneficios otorgados a las empresas usuarias (Legiscomex 2018).

Estas zonas francas han venido avanzando durante los últimos 20 años de manera rápida, en la actualidad cuenta con 112, en un total de 19 departamentos y 64 municipios en las cuales se han instalados 961 nuevas empresas de las cuales el 70% son pyme; La inversión ha sido de \$ 43 billones de pesos y generan 307.447 empleos (Andi, 2018).

Colombia tiene 69 zonas francas especiales, las cuales se dividen en sectores de la siguiente forma, 15 de servicios portuarios, 13 de servicios de salud, 1 de servicios feriales, 3 de servicios de energía, 5 de centro de atención telefónica, 18 industriales y 13 agroindustriales. Por otra parte, le siguen las zonas permanentes las cuales son 43 y se dividen en 36 industriales, 4 mineras, 3 de servicios logísticos, 1 de salud y centro de atención telefónica (Andi, 2018).

Estas zonas francas están distribuidas por todo el país, se han invertido cerca de \$ 43,5 billones de pesos para su construcción y desarrollo abarcan 19 departamentos y 64 municipios, las principales y las que tienen mayor cantidad de empresas son Antioquia con 7 zonas francas permanentes y 3 especiales, Bolívar con 6 zonas francas permanentes y 11 especiales, Valle del Cauca con 4 zonas francas permanentes y 6 especiales y Cundinamarca con 9 zonas permanentes

y 13 especiales. Las zonas francas que más facturan en dólares son Bogotá \$4.883.253 USD, Pacífico con 1.181.214 USD y Candelaria \$ 1.165.095 USD, esto se hace bastante notorio cuando se revisan la cantidad de empresas que se encuentran localizadas en Bogotá con 203, Rionegro 81, Barranquilla 78, Candelaria 54 y Pacífico con 49 donde se muestra un mayor porcentaje del negocio de comercio exterior Colombiano (Republica, 2018).

Cuando las empresas se instalan en las zonas francas empiezan a recibir ciertos beneficios, como lo es la tarifa especial del 20% de renta, los productos que lleguen a estas áreas están exentos del pago de impuestos mientras estén dentro de ellas, las actividades comerciales que se hagan hacia o desde estas zonas están exentas de IVA. Adicionalmente se encuentran una serie de incentivos del estado por ser calificadas como empresas que se encuentren dentro de las zonas francas y cumplir con ciertas exigencias del estado colombiano tienen derecho de una tarifa especial en el pago de impuesto de renta que sería en vez del 33% a un 20% que le permiten al empresario poder fortalecer su compañía y ser competitivo con beneficios de exención de IVA en sus productos y en muchas de las materias primas dando ciertas ventajas competitivas como el comercio exterior lo exige (ANDI, 2018).

La gráfica a continuación presenta como las exportaciones colombianas se encuentran en aumento y cómo influyen en la participación de las exportaciones en general, a diferencia de las importaciones las cuales bajan notoriamente su participación en comparación al año anterior del análisis lo que puede ser muy favorable para la balanza comercial que se siga incentivando más las exportaciones desde estas áreas.

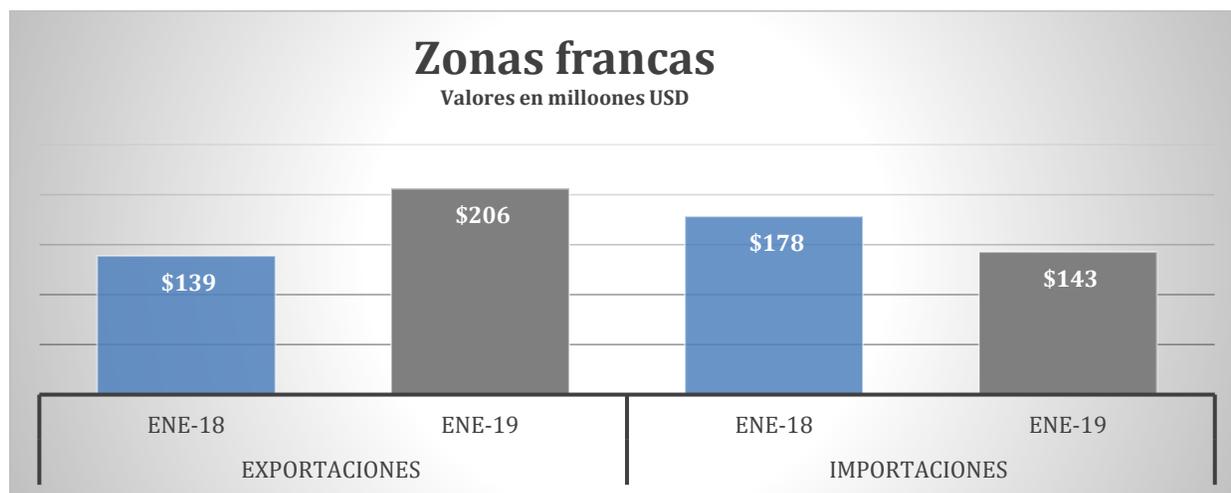


Figura 1. Gráfica construida a partir de los aportes de datos DANE (2019).

Importancia de las zonas francas

Las Zonas Francas han sido una forma de estimular la inversión tanto nacional como extranjera con el fin de generar empleo y motivar el desarrollo del país, así como el mejoramiento del comercio colombiano en cuanto a el desarrollo y llevar la economía interna a otro nivel de economías a gran escala, eso lleva a buscar nuevas alternativas para mejorar la logística de las exportaciones e importaciones del país.

Las zonas francas especiales: son aquellas que están avaladas para que las empresas desarrollen sus actividades de servicios o industriales en un área determinada (Legiscomex, 2017), que busquen generar un beneficio económico de alto impacto para el país, que ayude al mejoramiento social y que cumpla con los requerimientos de inversión y de empleo que el gobierno tenga establecidos en su plan de gobierno.

Por otra parte, las zonas francas permanentes son áreas en donde se pueden radicar muchas empresas con el fin de ser beneficiadas con un mejor trato en temas de tributación y de aduanas especial. Este tipo de áreas no pueden ser menor a 20 hectáreas para que se pueden instalar las empresas de forma cómoda y desde allí pueden realizar sus actividades comerciales.

La Zona Franca busca incentivar a los exportadores colombianos y a pequeñas medianas y grandes empresas a desarrollarse en actividades industriales, comerciales y de servicios, bajo unas normas especiales, en materia cambiaria, tributaria, aduanera y de comercio exterior con el fin de generar un desarrollo al país y tener un mejoramiento en la balanza general de Colombia.

Los beneficios de la zona franca son los siguientes:

- Aduaneros:

Extraterritorialidad aduanera.

No pago de tributos aduaneros para los bienes de capital, equipos, insumos y repuestos provenientes del exterior.

Almacenamiento ilimitado de mercancías extranjeras sin el pago de tributos.

Pago de impuestos parcial sobre la mercancía recibida, para ser utilizada justo a tiempo en Colombia.

Procesamiento parcial de mercancías en el TAN (Territorio Aduanero Nacional), sin necesidad del pago de tributos y trámites aduaneros.

- Tributarios:

Tarifa única de impuesto de renta del 15% para usuarios industriales.

Las ventas del territorio aduanero nacional a usuarios industriales de bienes y de servicios están exenta de IVA. (E.T. Art. 481 de la ley 1004/2005).

Al pagar los impuestos de renta de la empresa, los dividendos de los socios están exentos de renta. (Procolombia, 2016)

De acuerdo a la información anterior se evidencia que Colombia es un país con un gran potencial comercial que necesita una logística más robusta y eficiente además de políticas económicas y tributarias más avanzadas para sacar provecho de sus zonas francas, ya que cuenta con un extenso territorio con diversidad de climas que ofrecen gran variedad de productos de exportación y dos entradas marítimas bastante llamativas para el ingreso de mercancías de diversos continentes con destino a países latinoamericanos que podrían convertir las zonas francas en un gran puente comercial que conecte a zonas aisladas de países vecinos con el mundo.

Capítulo III. Estrategias exitosas de Chile que se pueden adaptar a las zonas francas colombianas

Luego del estudio de las zonas francas chilenas frente a las zonas francas colombianas en este capítulo se realizará la descripción de las estrategias que por su éxito en Chile favorecerían a las zonas francas colombianas en el desarrollo y fortalecimiento de sus negocios y servirían para atraer a nuevas empresas, usuarios e inversionistas a estos lugares con el fin de favorecer la economía colombiana e impulsar el comercio internacional.

Colombia y Chile geográficamente son dos países diferentes puesto que la extensión del territorio colombiano es más amplia que la del chileno, sin embargo, ambos países cuentan con una importante ventana de entrada y salida de productos de grandes potencias de Asia que como lo evidencia el capítulo uno en Chile se está aprovechando ampliamente para comercializar, almacenar y transformar productos con los países vecinos a través de sus zonas francas.

Colombia no solamente cuenta con la entrada de productos a través del océano Pacífico, sino también por el océano Atlántico que serían de gran provecho si cerca a estos puertos se tuvieran zonas francas con grandes infraestructuras como las de Chile es decir que cuenten con bodegas de mayor tamaño dispuestas a almacenar y transformar productos, así como un gran centro comercial en medio de la zona accesible para los turistas, comerciantes minoristas y habitantes de los pueblos vecinos interesados en comprar productos sin necesidad de recorrer grandes distancias para llegar a ellas y con la suficiente seguridad por ejemplo varios operadores de la DIAN y de policía antinarcóticos dotados de tecnología como escáneres y demás que ayuden a garantizar la transparencia en los procesos que sean de gran atractivo para convertirse en centros de distribución de bienes provenientes de diferentes sectores del mundo como Europa, Norte América y Centro América que se transforman o almacenan para ser distribuidos en Latinoamérica.

Por ser países latinoamericanos cuentan con una historia similar ya que ambos fueron colonizados por españoles, sin embargo, Chile durante varios años estuvo gobernada por una dictadura que en parte colaboró en la evolución de sus zonas francas por su búsqueda de acuerdos y estricta visión de progreso y superioridad que deseaban reflejar frente a sus países vecinos mediante políticas aperturistas apoyadas por inversiones monetarias y tecnológicas en los sectores más importantes y productivos de la economía local. En Colombia se puede decir que gran parte

del retraso en tecnología e infraestructura del comercio internacional se debe al conflicto armado que durante muchos años ha generado la percepción de inseguridad para los países que se interesaban en realizar acuerdos o alianzas comerciales, sin embargo, no solamente ha sido uno de los factores puesto que también por muchos años se mantuvo una política comercial proteccionista en la que se perdieron grandes oportunidades de negocio con el mundo y en las que no se prepararon a los mecanismos para implementar y soportar los cambios que traería una apertura económica que finalmente llegó acompañada de muchos vacíos normativos que debilitaron el mercado nacional debido a la falta de capacitación y tecnología necesaria para soportar el ingreso de competencia e impulsar la venta de productos al mundo.

Debido a ello sería de gran utilidad apoyar la industria colombiana con acuerdos y tratados con países vecinos que logren usar y transformar materias primas dentro de las zonas francas colombianas generando un valor agregado a las mismas que sea altamente reconocido a nivel mundial.

Las zonas francas chilenas usan varias estrategias que Colombia puede incorporar en la búsqueda de mejorar los beneficios para que el empresario vea rentable e importante estar dentro de las zonas francas que ya se encuentran dentro del territorio colombiano.

Una de ellas es la construcción de edificaciones dentro de ciertas zonas francas que puedan brindar el servicio de comercialización de gran parte de los productos que llegan a estas zonas, con el fin de beneficiar a posibles compradores con una disminución o exoneración de impuestos para la compra de cierta cantidad de productos o un tope en pesos que el estado colombiano considere para tal fin. Esta estrategia es una de las que más peso tendría, debido a que varios estudios realizados, sobre como es el comportamiento del colombiano para realizar sus compras hoy en día, se evidencia que el 90 % de los compradores colombianos están muy atentos a las ofertas o los descuentos que encuentre para fortalecer su decisión de compra de los productos que desea obtener (Portafolio, 2018).

Cabe resaltar que la implementación de esta estrategia se debería realizar en zonas que se encuentre cercanas a un flujo de posibles compradores como lo pueden ser las zonas fronterizas y las zonas francas que se encuentre cerca a ciudades capitales del país donde la población supera una cifra considerable para poder poner en pie este tipo de estrategia como lo serían Bogotá, Cartagena, Cali, Barranquilla y Medellín

Esto puede mejorar y rentabilizar de una manera eficiente la comercialización de los productos que en estas zonas se transformen, produzcan o de alguna manera lleguen para ser vendidos en el país, mientras más vitrinas tenga el empresario para exponer y vender sus productos al público, muy posiblemente se van a captar mayor cantidad de empresas que se quieran vincular estas zonas, ya que muchos de los empresarios que se encuentran o quieren hacer parte de ellas hasta ahora están emprendiendo e incursionando en una idea de negocios como por ejemplo lo son las pymes que en Colombia son empresas que hacen parte de varios mecanismos de financiación por parte del estado que busca impulsar el crecimiento empresarial, otorgando asesorías, acompañamiento y beneficios económicos a empresas que cumplan con ciertos criterios como lo son la innovación y la creación de nuevos empleos.

Con este tipo de implementaciones los empresarios de las zonas francas podrían tener considerables beneficios como una notoria mejora en su logística y una optimización de costos con un menor desgaste operacional, ya que gran parte de sus productos no saldrían de la zona sin ya estar vendidos directamente a un consumidor final, generando una mayor rentabilidad puesto que no deja la comercialización de sus productos en manos de un distribuidor que puede llegar a dar un mal manejo a la mercancía, un mal servicio y con el cual se haría necesario adquirir seguros por daños o pérdidas.

Otra de las estrategias con gran potencial, es que por medio del Ministerio de Comercio, industria y turismo y con la ayuda de entidades que buscan de alguna manera ayudar a los empresarios a sacar adelante sus proyectos emprendedores como lo es Procolombia que tiene como función brindar asesoría, acompañamiento y ayuda monetaria para proyectos exportadores con gran alcance tanto industrial como en la generación de empleo y dividendos a la región donde se encuentre.

Por medio de estas entidades del estado se puede brindar la posibilidad de crear nuevas estrategias que contribuyan a que los empresarios con capacidad exportadora, grandes, medianas y pequeñas empresas que estén en búsqueda de escenarios comerciales diferentes al mercado local para vender y comercializar sus productos puedan encontrar en las zonas francas colombianas la solución a sus problemas en muchos niveles de sus procesos internos por medio de capacitaciones en materias como logística, almacenamiento, procesamiento, producción y emprendimiento exportador, puesto que varias empresas de Colombia carecen de la posibilidad de tener un

acompañamiento y asesoramiento de expertos que los ayuden a identificar de manera eficiente cuál podría ser la forma para realizar alianzas con inversores extranjeros que los incentive y ayude a buscar más allá del mercado interno colombiano.

Esto podría ser más valioso que muchas medidas que se puedan brindar en materia de reducción de impuestos y aranceles para estos empresarios, ya que podría generar ciertos conocimientos a los empresarios que los lleven a tener nuevos proyectos exportadores que generen grandes dividendos y crecimiento a su empresas, lo que ayudaría mucho al fortalecimiento del comercio en un país como Colombia donde su balanza comercial está muy inclinada hacia las importaciones, lo que representa una balanza negativa que por muchos años viene generando problemas en los ingresos del país y en su capacidad de competir en un mercado mundial cada vez más intenso y agresivo.

El desarrollo de esta estrategia no sería más que generar sedes educativas o el acompañamiento de funcionarios especializados en muchas de las necesidades de este tipo de empresas, que de alguna manera tienen el temor o el poco conocimiento de cómo realizar la comercialización de sus productos a otros países del mundo, a los cuales se les podría ayudar con el acompañamiento necesario para fortalecer su idea exportadora y la creación de productos aptos para ser vendidos en el mercado global, donde hoy en día se imponen normas y leyes para el ingreso de productos a sus países que cumplan con ciertas características como lo pueden ser las normas sanitarias y fitosanitarias requeridas para la comercialización del producto en las vitrinas internacionales. Esto iría muy ligado a procesos como lo son análisis del mercado a exportar y los posibles competidores que el producto tendría a ingresar a cada región en la cual estén interesados penetrar como compañía.

Esto sería muy importante para el fortalecimiento comercial de Colombia, ya que muchos empresarios no conocen lo que pueden lograr en materia de beneficios para sus empresas con este tipo de zonas francas que buscan alivianar la carga fiscal de empresas que se ubiquen en estas zonas, pero que no son muy publicadas o difundidas a nivel nacional para que estas empresas conozcan el ahorro monetario que pueden llegar a tener con la excepción de tarifas y varios tipos de parafiscales, porque podrían llegar a tener mejor eficiencia en la comercialización de productos en el extranjero que los lleve a incrementar sus ganancias y dejen ver como importante solo la reducción e incentivos fiscales.

En el mundo las zonas francas, tiene o realizan la función de enlace interempresariales, lo que busca generar una producción eficiente y un manejo adecuado de los recursos que se invierten para incursionar en el mercado extranjero, lo que les ha dado a estas zonas una gran importancia en el impulso de la economía de varios países del mundo, todo esto en pro de la competitividad. En estos momentos las zonas francas colombianas vienen haciendo varios adelantos en materia educativa para poder brindar y respaldar los procesos de los empresarios que deseen estar dentro de ellas, no está demás decir que lo que más vale y debe importar en el mejoramiento y competitividad en una organización es la capacitación de su personal para poder ser más eficientes y productivos en todas las áreas que conforman la estructura organizacional de una empresa.

Muchas entidades del estado generan una serie de actividades y capacitaciones para empresarios por toda Colombia. Pero esto sería tomado con mayor importancia y ambición desde un punto vista diferente a lo que se busca por otros medios. Esto daría el comienzo a una serie de beneficios que todos los empresarios que se encuentren en la búsqueda de nuevos horizontes comerciales para posicionar y vender sus productos estarían respaldados por el conocimiento y la asesoría especializada sobre comercio exterior, ya la información de este tipo de capacitaciones no se quedarían en una diapositiva de algún salón o hotel, para de otra manera como lo sería las capacitaciones dentro de las zonas francas serían llevadas hasta campo y la realidad de cada uno de los proyectos que las empresas que ingresen a estas zonas podrían tener y ser muy importantes para el crecimiento de la economía colombiana.

Además de ello los operadores de las zonas francas deben contar con un estricto control de los recursos que en ellas se manejan para que estos sean bien aprovechados en vías de acceso, en tecnología y publicidad, esta última debe contar con dos focos principales, el primero en la cámara de comercio que es a donde llegan a registrarse las nuevas empresas y en donde se puede hacer un control de la cantidad de compañías que existen y su actividad comercial. El segundo es con campañas publicitarias a nivel nacional e internacional que resalten las características y los beneficios de ubicar sus compañías en estos sitios y poner publicidad en los aeropuertos y fronteras a donde llegan turistas con el fin de difundir la compra y venta de productos en este sector. En este sentido en esta investigación se evidenció una notoria diferencia entre las páginas web de Chile que contaban con imágenes llamativas, videos y una completa información de la historia, características, ubicación y sus diferentes beneficios tanto para empresarios, turistas, empleados,

inversionistas, transportadores, habitantes de zonas cercanas etc. Por el contrario, en Colombia no hay suficiente publicidad e información de estos sitios que logre llamar la atención y que genere nuevas oportunidades de negocio para todas las zonas francas existentes.

Conclusiones

El presente trabajo surgió de la intención de investigar el funcionamiento de las zonas francas de Chile, frente a las zonas francas colombianas debido a que han sido muy mencionadas por su éxito en Latinoamérica, en este sentido se encontró que en la historia de Chile fueron de gran influencia los gobernantes y las políticas que implementaron en búsqueda de tener relaciones comerciales con el mundo y de convertirse en un referente por su economía para Latinoamérica. Se resalta su estricto control y su constante evolución para satisfacer las necesidades del mercado nacional e internacional con estrategias que le permiten diversificar y explotar la infraestructura, ubicación y recursos de sus dos zonas francas.

En cuanto a la investigación del funcionamiento de las zonas francas colombianas se identificó que hay una gran cantidad distribuidas el país que cuentan con diferentes categorías pero que la cantidad de usuarios es inferior con respecto a la cantidad de usuarios de las zonas francas chilenas debido a diferentes circunstancias como la extensión del país, el retraso y falta de preparación en las políticas económicas aperturistas junto con el conflicto armado y la fuerte corrupción y falta de control de los recursos económicos que en ellas se manejan. Se evidencio que, aunque han venido avanzando y en algunos aspectos se han tecnificado, la inversión por parte del gobierno aún no es suficiente para potencializarlas por el desconocimiento que hay dentro de los empresarios de los procesos, beneficios y costos que se lograría si se trabajara dentro de alguna de ellas.

Por último, se identificaron las estrategias que pudiesen implementarse en las zonas francas colombianas para atraer a los diferentes usuarios a ser parte de ellas como difusión de los beneficios tributarios, construcción de zonas comerciales de libre acceso en las que se atraiga turismo e inversión, vinculación y participación de los habitantes de las zonas cercanas y procesos de capacitación para empresarios que ayuden a ampliar sus compañías haciéndolas más competitivas y atractivas para el comercio internacional.

Referencias

- Biblioteca del congreso nacional de Chile (10 de agosto 2001). *Diferencia entre Zona Franca Primaria y Zona Franca de Extensión*
- Biblioteca del congreso nacional de Chile (noviembre 2013). *La Zona Franca de Iquique como plataforma comercial de Asia Pacífico en Sudamérica*
- Borradores de economía; *Artículo 657 Banco de la república de Colombia. Recuperado de: <http://www.banrep.gov.co/es/docum/ftp>*
- Chile a Color (1981). *Editorial Antártica*
- C. Ramirez Zuleta (2013). *Inversiones extranjeras directas en desarrollo: un máximo de beneficios por un costo mínimo.*
- Equipo Técnico Zonas francas, Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2016). *Metodología de Estadísticas de Movimiento y Comercio Exterior de Mercancías en Zonas Francas*
- F. Gattavara (25 de enero de 2019). *Chile revierte tendencia a la baja en libertad económica y sube dos puestos en ranking global*
- Granados J; Ramos A (2012). *Zonas francas, comercio y desarrollo América Latina y el Caribe Banco Interamericano de desarrollo*
- Hernández Sampieri R. (2014). *Metodología de la investigación (sexta edición)*
- Hernández y Ramirez (2013). *Recuperado de: <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/4591/1032441256-2013.pdf>*
- Ley 104 (2005) *Definición de zona franca*
- M. Acerbi, Y.Aramide Awe (2012). *Financiamiento adicional para el Proyecto de Inversión para el Desarrollo Sostenible*
- Manual de Geografía de Chile (1994). *Errázuriz y otros. Editorial Andrés Bello*
- Medellín Abuelta Y, Zambrano Sanchez J. (2002). *Zona Franca como estrategia Internacional para el desarrollo de las empresas.*
- Memoria Anual Zona Franca de Iquique S.A. (2007), *página 34*

Monografía para optar el título de Administrador de Empresas; *Corporación universitaria tecnológica de Bolívar.*

Norma: DFL 6 Versión: Única De: 23-OCT-1969 Fecha Publicación: 23-OCT-1969 Fecha Promulgación: 15-SEP-1969

Ramos J; Rodríguez K. (2011). *Zonas francas en Colombia: beneficios tributarios en el impuesto de renta.*

Régimen de zonas francas (2016). *Recuperado de <http://zonafrancabogota.com/regimen-zonas-francas/>*

Revista AZFA edición I de 2015

Rivas D. (2008). *La importancia de la Zona Franca de Bogotá como herramienta gerencial de Gestión logística para las empresas Colombianas*

Rivera J; Moreno M; Liranzo D; Seghesio O (2015). *Panorama de las zonas Francas en América latina.*

P. Etchevers (2018). "La Zofri" es uno de los puntos más visitados de Chile. No se trata de un lugar turístico ni de un accidente geográfico, sino de la zona franca más grande del norte de Chile. Imposible no visitarla. *Recuperado de: <https://www.welcomechile.com/iquique/zona-franca-iquique-chile.html>*

Portal oficial de inversión en Colombia (2019). *Otros incentivos para invertir en Colombia. Recuperado de: <https://www.inviertaencolombia.com.co/zonas-francas-y-otros-incentivos/otros-incentivos.html>*

Villalobos y otros, (1994). *Prueba de Ingreso a las Universidades Historia y Geografía.*

Viva Iquique, (Chile). 30 de julio de 2012.