

El papel de la cadena de suministro en el comercio

Lunes 17 de septiembre de 2018 La Estrella de Panamá

Roger Durán

Analista económico del CNC

rduran@cncpanama.org

Tener un teléfono inteligente se puede decir que en la actualidad es una necesidad, y la gran mayoría de las personas lo poseen, pero no nos preguntamos cómo se fabricó y de dónde provienen los componentes que lo hicieron posible.

Es probable que cualquier teléfono inteligente que usted haya comprado y todos sus componentes han tenido un largo recorrido, y tuvieron que pasar por diversas aduanas, ser parte de procesos productivos en numerosos países y continentes, y por tanto, entraron en contacto con muchísimos trabajadores.

Se puede definir una cadena de suministro como todo proceso que se inicia con materias primas sin procesar y termina con el cliente que utiliza los productos finales. La cadena incluye proveedores, la fabricación, sistemas de transporte, almacenamiento, comercialización, distribución y los propios clientes.

Actividades como el desarrollo de nuevos productos, mercadeo, operaciones, ventas,

distribución, finanzas, servicio al cliente, disposición de desechos, etc., también se incluyen en la cadena de suministro.

La logística es una parte importante de las cadenas de suministro. Esta industria a nivel mundial, de \$4.3 billones, que afecta a casi todos los países del mundo, es la red de servicios que hace posible el movimiento físico de bienes dentro y fuera de los países.

Comprende diversas actividades como transporte, almacenamiento, corretaje, servicios de envío urgente, operaciones en las terminales, e incluso gestión de datos y de información.

La producción compartida mundial se origina por el hecho que cada país tiene características específicas, como por ejemplo, China con sus procesos industriales eficientes, Panamá con su posición geográfica, con el Canal y con su infraestructura logística que facilita su distribución.

En Panamá existen zonas especiales que se están realizando actividades de ensamblaje, embalaje y etiquetado de productos provenientes del exterior para su reexportación añadiendo valor al producto.

Sin embargo, son pocas las empresas que lo están haciendo y se debe aprovechar la posición geográfica para aumentar su participación en estas cadenas.