

¿Cómo puede ser la más competitiva?

Panamá, jueves 12 de septiembre de 2019

Zona Libre de Colón

Roger Durán
opinion@prensa.com

La Zona Libre de Colón (ZLC) depende directamente de los principales clientes (países destino de las reexportaciones), de la globalización y el comercio mundial. Es por ello que es de suma importancia establecer una estrategia que permita responder oportunamente ante las situaciones que se presenten, con el fin de aprovechar las oportunidades y potenciar las ventajas comparativas y competitivas de la Zona Libre de Colón.

El escritor de numerosos libros sobre competitividad, Michael Porter dice que "la estrategia competitiva consiste en ser diferente" y es así como la estrategia ayuda a elegir en cuáles sectores y cómo se va a competir, transformándose en un instrumento útil y práctico para los países y para los negocios. Con ese objetivo de ser competitivos, nace la prospectiva estratégica que permite conocer la situación presente, identificar y analizar tendencias, evaluar su impacto en una actividad y visualizar escenarios futuros. En esa línea, el Centro Nacional de Competitividad ha producido el documento "Prospectiva e Inteligencia Competitiva (Síntesis): Zona Libre de Colón", en el cual se realiza un análisis del entorno macroeconómico, se comparó a la ZLC con zonas seleccio-

nadas, se definieron los impulsores de la Zona Libre de Colón, entre otros análisis, que ayudan a definir los posibles escenarios estratégicos, entendiéndolos como aquellos escenarios cualitativos que representan un avance para iniciar un trabajo de estrategia.

Al comparar la ZLC con competidores seleccionados (Zona Libre de Miami y Zona Franca La Candelaria-Cartagena), se establecieron las siguientes apreciaciones:

- La ZLC es la segunda zona libre más importante del mundo; sin embargo, tiene que reinventarse y definir una estrategia clara para poder competir.

"Los competidores analizados cuentan con institucionalidad privada y objetivos muy claros. Mientras la ZLC es pública con una excesiva cantidad de personal y proceso burocráticos que la hacen ineficiente..."

- Los competidores analizados cuentan con habilidades y destrezas que le permiten brindar un servicio de calidad.

- Las zonas libres analizadas son privadas y tienen una institucionalidad fuerte y bien definida.

- En esta era digital los proveedores dependen gran parte de la tecnología por cómo se están dando las tendencias comerciales, facilitando al usuario a interactuar directamente con los proveedores.

- Los servicios sustitutos que son los nuevos modelos de negocios como el comercio electrónico son una amenaza siempre y cuando las zonas libres no se adapten a la nueva tendencia.

- La competitividad de la ZLC depende en gran medida de cambiar su modelo de negocios (de público a una asociación pública-privada (APP) o privado) para que sus estrategias estén alineadas con las mejoras tecnológicas y de infraestructura que le permitan consolidar mejor sus ventajas competitivas.

La prospectiva y la inteligencia competitiva buscan un fin: generar una estrategia que permita responder oportunamente a las situaciones que se presenten y aprovechar las oportunidades. Entre las consideraciones que pudieran tomarse en cuenta tenemos:

- Los competidores analizados cuentan con institucionalidad privada y objetivos muy claros. Mientras la ZLC es pública con una excesiva cantidad de personal y proceso burocráticos que la hacen ineficiente, dejando en evidencia que el modelo administrativo se puede mejorar a través de corporatizar a la ZLC, aprovechando las principales ventajas competitivas que son la cultura empresarial y la conectividad.

- Los niveles de las exportaciones e importaciones de las economías en desarrollo o emergentes están superando a las economías desarrolladas. Esto muestra cómo la globalización ha permitido que países menos desarrollados tengan un lugar en la cadena de valor para

abaratarse y ser más eficientes en el momento de producir y beneficiarse por su participación. Con ello, logran generar más ingresos, aumentan su poder adquisitivo para poder importar más para agregar valor. La ZLC puede aprovechar la globalización para ser parte de la cadena de valor, añadiendo valor a las mercancías que pasan por ella. Esto se puede lograr modernizando la infraestructura de la ZLC, brindando las condiciones necesarias para que empresas de tecnologías puedan instalarse y realizar sus procesos. Además, se deben homologar y facilitar todos los procesos comerciales con todos los países desde el origen hasta el destino, aunado con los procesos aduaneros internos que permitan mayor fluidez. También, se debe modernizar a los Correos Nacionales para poder exportar el comercio electrónico y convertirnos en un centro de distribución de la región.

Un mundo dinámico y cambiante exige que los países, industrias, empresas y personas sean más competitivos. Para ello, es importante identificar las estrategias que permitan cumplir las metas trazadas, determinando no solo su situación interna, sino también el entorno mundial y regional. Y la Zona Libre de Colón puede y debe adaptarse a los cambios para seguir jugando un rol protagónico en el comercio internacional.

EL AUTOR

es analista económico del Centro Nacional de Competitividad