



NEWS UPDATE

'LATAM DOING BUSINESS 2023', EL EVENTO QUE PROMUEVE LOS NEGOCIOS DE LA REGIÓN



EL EVENTO, TOTALMENTE VIRTUAL, CONECTARÁ POR PRIMERA VEZ A OPERADORES Y USUARIOS DE ZONAS FRANCAS CON PROVEEDORES Y EMPRESAS FUERA DEL SECTOR



Entre el 18 y el 20 abril, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Connect Americas y la Asociación de Zonas Francas de las Américas (AZFA) realizarán la Rueda de Negocios 'Latam Doing Business 2023'.

Se trata de un evento totalmente virtual y que será el primero en conectar a operadores y usuarios de zonas francas con proveedores y empresas fuera del sector, con el fin de fomentar los encadenamientos productivos en la región. Así mismo, participarán conferencistas de muy alto nivel con temáticas relevantes para el sector.

De acuerdo con fuentes de AZFA, las zonas francas se han convertido en instrumentos importantes para la competitividad de Iberoamérica, así como en canales para atraer inversión, generar empleo, producir encadenamientos productivos y fomentar la transferencia de tecnología, entre otros aspectos.

“En Iberoamérica tenemos más de **10.700 empresas domiciliadas** entre las más de **700 Zonas Francas**, que generan más de 1 millón de empleos directos. Los beneficios de pertenecer o generar encadenamientos con una Zona Franca son innumerables, y en este evento los asistentes tendrán la posibilidad de comenzar a aumentar, enlazar y fortalecer sus actividades”, señalan los voceros.

Con respecto a cómo pueden las ZF convertirse en esos clústers o empresas anclas que van a ayudar a impulsar el proceso que migra de la globalización a la regionalización de los mercados, Sebastián Moreno, gerente comercial de IDS, sostiene que las ZF son el catalizador perfecto para dar este paso.

“Encontramos cada vez con más frecuencia empresas locales que se especializan en la manufactura de componentes o partes de un proceso productivo más grande, y las empresas transnacionales que se han instalado en las ZF de nuestros países ven cada vez con más confianza e incluso como una enorme oportunidad de optimizar tiempos y costos, el tener aliados de su proceso de producción lo más cerca posible de su operación”, resalta el directivo.





En ese sentido, Patrick Copetti, ejecutivo de ventas en Export Sales, afirma que por sus características y beneficios fiscales, las zonas francas pueden caracterizarse por ser la región transitoria entre el internacional y el regional.

De esta forma, agrega, estas regiones suelen trabajar bajo estándares internacionales (control, operación, infra estructura), pero también necesitan estar adaptados a la región, pues la zona podrá ser abastecida por el mercado local (en caso de exportaciones) o al revés, en caso de las importaciones.

“Debido a eso, la importancia de la zona de conocer la idiosincrasia local para poder trabajar de forma natural, tanto la regionalización de los mercados internacionales como la globalización de sus mercados nacionales”, enfatiza Copetti.

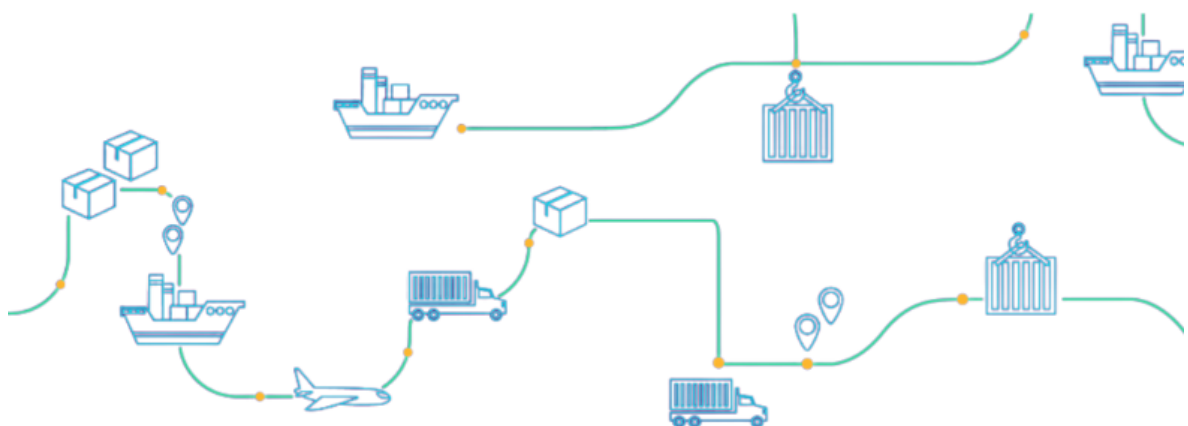
CREAR ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS

Para Sebastián Moreno, frente a lo que representa para las empresas en zonas francas conectarse con otras compañías de otras ZF para crear encadenamientos productivos, la ventaja de hablar el mismo idioma en cuanto a procesos, cumplimiento, seguridad, estabilidad, eficiencia y costos es fundamental.

“Las empresas que nos instalamos en zona franca buscamos espacios seguros donde desarrollar de manera eficiente nuestra operación, y buscamos también el crecimiento y desarrollo del entorno en donde operamos. Partiendo de ese punto, podemos comprender las necesidades, el lenguaje y las oportunidades que se generan, y atenderlos con el mismo sentido de urgencia”, asegura Moreno.

Mientras que Patrick Copetti, ejecutivo de ventas en Export Sales, anota que por tener gran influencia internacional, las zonas francas suelen ser instituciones de vanguardia, que buscan siempre las mejores tecnologías para aplicar en sus proyectos.

Así, por tener un producto de alta calidad, desempeño y de estándares internacionales, dice que Medabil atiende los requisitos de los clientes más exigentes que vienen a instalarse en ZF y también busca apoyar técnicamente a empresas emergentes que desean elevar sus estándares. Lo anterior permite que esta empresa pueda ser utilizada como un proveedor de confianza y, principalmente, un aliado para sus construcciones bajo estándares internacionales.



¿POR QUÉ ESTAR EN EL LATAM DOING BUSINESS 2023?



Acerca de la importancia de eventos como el Latam Doing Business 2023, Fabián Nolasco, Business Development en INHDELVA Free Trade Zone, manifiesta que la promoción de las inversiones siempre ha sido una labor muy difícil, y que hace mucho tiempo las zonas francas dependían exclusivamente de la labor de las Agencias de Promoción de Inversiones (IPA en inglés), las cuales tenían la labor de acercar a los potenciales inversionistas con dichas zonas.

“A medida que la tecnología avanza, nos permite reducir las distancias, cada Zona Franca debe reconvertirse en una entidad promotora de inversión y desarrollo. Por eso, consideramos que la tecnología de la información y esos esfuerzos de promoción se deben encontrar entre sí para crear sinergias que les permitan a las zonas francas acercarse a nuevos usuarios, usuarios en expansión regional o simplemente iniciar una relación de largo plazo de negocios con proveedores, entre otros”, comenta Nolasco.

Para él, este evento representa una alta relevancia, por los objetivos estratégicos que se han trazado para el periodo 2024 – 2030.

“Este instrumento es muy utilizado en los diversos sectores del mundo de negocios, el cual resulta ser ventajoso a nivel costo-efectivo. En un solo día puedes tener diversas sesiones de negocios, sin necesidad de trasladarse a otro país. Por tanto, aplaudimos que por primera vez se lleve a cabo una iniciativa orientada a un sector tan vital para las economías de muchos países latinoamericanos”, asevera el Business Development en INHDELVA Free Trade Zone.



A su vez, el Gerente Comercial de IDS, indica que los motiva la posibilidad de encontrarse en un evento de alcance regional con empresas proveedoras y clientes potenciales. “Uno de los objetivos de crecimiento de IDS es potenciar nuestro modelo de negocio en más países de la región y, a la vez, dentro de este mismo modelo, encontrar nuevos proveedores de materiales e insumos que nos permitan dar soluciones que aseguren la continuidad de la operación de nuestros clientes. Este es un marco perfecto para lograr ambos objetivos”.

Por su parte, Patrick Copetti, ejecutivo de ventas en Export Sales, destaca que Medabil es una empresa que ya está presente en 26 países y que su mayor mercado es el latinoamericano. Hasta el día de hoy, según revela, los proyectos que han podido ejecutar en todos los países en los cuales trabajan han sido gracias a las alianzas con empresas locales, las mismas que pueden ser clientes, aliados estratégicos o proveedores.

“Estas ruedas de negocio son de extrema importancia, pues son ambientes que promueven el encuentro de empresas claves que están involucradas en toda la cadena productiva. El éxito de los proyectos se da con la unión de empresas serias y comprometidas con el desarrollo de toda la cadena”, precisa Copetti.



Finalmente, sobre la relevancia de que las empresas de las ZF comiencen a contemplar la idea de cambiar a los proveedores internacionales por otros del mismo país en el que se encuentran, Sebastián Moreno opina que esto no solo es importante sino también necesario, ya que eso les garantiza a las compañías de ZF dos aspectos clave: continuidad y sostenibilidad.

“Creemos también que es el paso natural que se debía dar, pero que con los eventos en las cadenas de valor a nivel mundial en los últimos años motivados por la pandemia y los conflictos bélicos, se ha acelerado su adopción. A su vez esto ha venido a promover que las empresas locales busquen la forma de incrementar su capacidad para ofrecer servicios, mejorar sus procesos y volverse más competitivas”, concluye el ejecutivo.

Organiza:

