

## Panamá: el hub logístico por excelencia de las Américas

Ivonne Soto

La historia moderna ha relatado con gran énfasis el interés que tuvieron las sociedades europeas de los siglos XV y XVI en descubrir rutas -principalmente marítimas- que permitieran la movilidad de mercancías de manera rápida, segura y menos costosa. Los antiguos imperios de ultramar (como el británico, francés, español y portugués) se lanzaron a la conquista y colonización de nuevos territorios en busca de materias primas y mercados más amplios. Pronto, el descubrimiento del continente Americano permitiría la apertura de un periodo de intenso intercambio comercial, tanto como punto de origen y destino de las mercancías o de tránsito entre Europa y China. A pesar de la enorme ventaja económica que representaba el nuevo territorio, el bordeo del mar por la parte sur de América resultaba peligroso y extenuante para las flotas mercantes que transitaban de occidente a oriente de manera constante.

En el nuevo mundo diversas expediciones terrestres buscaron los puntos más accesibles de paso. Alexander Von Humbolt señaló varias posibles rutas de canales interoceánicos y la importancia de emprender estudios comparativos para decidir cuál podría ser el más ventajoso, principalmente entre Nicaragua, Panamá y México.

Los intereses económicos involucrados en la historia, los conflictos internos entre los recientes estados independientes de Latinoamérica y la configuración geográfica y accidentada de los territorios de Nicaragua y México favorecieron, pese una larga travesía, la preferencia de la construcción y apertura del Canal de Panamá el 15 de agosto de 1914.

### Panamá y el comercio mundial

En la actualidad, el mercado y su intenso flujo de capitales, en búsqueda de reducir costos y maximizar ganancias, ha exigido la creación de plataformas multimodales que faciliten el traslado de mercancías de un lugar a otro de forma ágil y simplificada; sin lugar a dudas, Panamá ha logrado ajustarse a estas pretensiones. Prueba de lo anterior es el Canal de Panamá, reconocido como una vía de navegación interoceánica por excelencia en el continente Americano que más allá de su ingeniería, los servicios multimodales que allí se han consolidado poseen el compromiso del tránsito de más de mil buques comerciales y militares mensualmente. Su estrategia e importancia se dimensiona debido a que dicha ruta permite el tráfico del 5 % del comercio mundial anual.

La dinámica logística del istmo panameño ha favorecido para crear a su alrededor una amplia red comercial ejecutada a través de la firma de sus ocho Tratados de Libre Comercio, sus tres Acuerdos Comerciales, un Tratado Comercial y un Acuerdo sobre Cooperación Económica y Comercial, tanto con países del continente Americano como con países asiáticos cuyas empresas ven en la nación Panameña una importante oportunidad de importar, exportar, almacenar, redistribuir o internacionalizar sus productos y servicios al resto de Latinoamérica.

Tratados y Acuerdos Comerciales Vigentes - Panamá	
Acuerdo Comercial Panamá-Colombia	Acuerdo Comercial Panamá-Cuba
Acuerdo Comercial Panamá-México	Acuerdo sobre Cooperación Económica y Comercial Panamá-Israel
TLC Panamá-Costa Rica	TLC Panamá-Chile
TLC Panamá- China (Taiwán)	TLC Panamá-El Salvador
TLC Panamá- Guatemala	TLC Panamá-Honduras
TLC Panamá-Nicaragua	TLC Panamá-Singapur
Tratado Comercial Panamá-República Dominicana	

El éxito de Panamá no sólo se debe a su importancia como punto de encuentro logístico ubicado al centro del continente que permite la pronta conexión entre el océano Pacífico y el océano Atlántico, sino también a su estabilidad política y económica que propicia la atracción de inversiones, su amplia área bancaria, una de las más importantes de Centroamérica, a sus medios de

comunicación (aeropuerto internacional, ferrocarril transísmico, sistema de puertos: Manzanillo, Cristóbal Colón y Balboa) y las zonas económicas especiales como la Zona Libre de Colón.

### **Colón, la segunda Zona Libre más grande del mundo**

Ubicada a pocos pasos del Canal de Panamá, sobresale la Zona Libre de Colón (ZLC), una atrayente plaza logística y comercial caracterizada por vender artículos de todas las clases al por mayor y libre de impuestos de importación y exportación. El plus del mercado lo proporcionan sus cuatro puertos de contenedores, dos terminales de cruceros, 3000 empresas establecidas en 450 hectáreas y la gran variedad de compañías multinacionales de carga que brindan servicio en menos de 24 horas.

La ZLC recibe a más de un cuarto de millón de compradores, empresarios y usuarios anualmente, siendo punto de tránsito de embarques de todo el mundo, especialmente de Europa y Asia para su redistribución en el mercado de reventa en Latinoamérica y el Caribe, lo que la convierte en la segunda zona libre de impuestos más grande del mundo después de Hong Kong.

Conocer cómo funciona y se administran las mercancías dentro y fuera de la ZLC proporciona a las empresas que tienen inquietud de iniciar o consolidar sus procesos de internacionalización, ventajas importantes sobre sus competidores al momento de diseñar sus estrategias de importación y exportación, puesto que en Colón pueden encontrar ventaja de la reducción de impuestos y el espacio idóneo para reexportar o redistribuir mercancías a nuevos mercados.

Los procedimientos para emprender negocios allí son sencillos. Las personas o compañías que desean hacer negocios en la ZLC, sólo deben aplicar a la administración de la zona y presentar referencias comerciales y bancarias, un paz y un salvo de impuestos y documentos legales del negocio a emprender. No hay requisito para una licencia comercial y no hay inversión inicial necesaria; no obstante, el gobierno local solicita al representante del negocio emplear al menos a cinco panameños de tiempo completo y reexportar un mínimo del 60% de la mercancía importada.

Adicionalmente, las facilidades de la ZLC permiten a los medianos y grandes empresarios la operación de negocios en varias modalidades: el espacio puede ser alquilado por el negocio o compañía; utilizado a través de un representante que manejará detalles de logística tales como recibos, documentación, empaque y envío; o empleando únicamente el sistema público de almacenaje para permitir que los expertos logísticos de la ZLC se encarguen de empacar, etiquetar y despachar. Si la idea es planear el negocio a largo plazo, las empresas pueden firmar un contrato de arrendamiento por veinte años para comprar un terreno y construir sus propias instalaciones.

Ahora bien, un aspecto a considerar es que, pese a su importancia para el comercio nacional e internacional, la ZLC necesita mejorar su infraestructura pública, ya que en ocasiones los usuarios suelen cuestionar la relación del pago de los servicios e impuestos de operación contra la mejora de servicios de atención al cliente y desarrollo social, ya que hay una falta de calles y espacios públicos que eviten el congestionamiento vehicular, la seguridad y las condiciones de calidad de vida del grueso de la población local.

### **Emprendedores de negocios**

La importancia de Panamá y la Zona Libre de Colón le han valido al país convertirse en el centro de atención de numerosos eventos internacionales, tal es el caso de la celebración de la XXXVIII Asamblea General de la Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio (AICO) y la Conferencia anual de la Asociación Interamericana de Arbitraje Comercial (CIAC), ambas celebradas del 28 al 1 de Noviembre de 2011 en la Ciudad de Colón.

Debemos reconocer que así como las cuestiones logísticas y de infraestructura favorecen el desarrollo del comercio, también es necesario dar razón a la importancia de la interacción de actores que provean de espacios que impulsen la mejora de las relaciones comerciales entre

países y entidades empresariales. Dicho argumento ampara la importancia de las funciones de la Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio que como organismo internacional privado no gubernamental, asocia, reúne y representa a las principales Cámaras de Comercio, Asociaciones, Corporaciones y Entidades afines, de habla española o portuguesa de 23 países de América Latina, El Caribe, Península Ibérica y Comunidades Hispánicas de los Estados Unidos. Así, la reunión convocada por AICO en 2011, además de insistir en la necesidad de contar con una Iberoamérica unida comercialmente para hacer frente a otros bloques regionales, discutió temas de actualidad como: la competitividad Global, la importancia de las Cámaras de Comercio en el desarrollo comercial, las alianzas público-privado y la responsabilidad social. Por su parte, la Asociación Interamericana de Arbitraje Comercial fundada en 1934 con la misión de conciliar y solucionar las controversias comerciales que se suscitan en la comunidad empresarial internacional, reunió en Colón a expertos en arbitraje para analizar las tendencias y los más importantes casos de dictámenes comerciales internacionales del momento.

Cabe destacar que las asambleas de AICO y la CIAC captaron la atención de importantes figuras empresariales de Iberoamérica que ubicaron en los dos foros la oportunidad de consolidar beneficios económicos de la concreción de negocios en Panamá. Este fue el caso de una delegación mexicana conformada por 16 empresas del estado de Hidalgo que participaron en las actividades de la AICO para conocer las oportunidades de negocios que brinda el país y los foros internacionales.

Estas empresas mexicanas convinieron en que una Misión Exploratoria y de Familiarización representaría un esfuerzo por crear instrumentos de acercamiento a los mercados exteriores para sondear directamente las condiciones y oportunidades del mercado panameño, las plataformas logísticas, la competencia local, los posibles modelos de negocios y alianzas estratégicas a seguir para poder ampliar sus horizontes comerciales. Adicionalmente, los días 31 de Octubre, 1 y 2 de Noviembre, las 16 empresas participantes en la Misión Comercial, realizaron citas de negocios visitando a sus contrapartes en la Ciudad de Panamá y Colón. Los prospectos locales proporcionaron información importante del mercado local e indicaron los canales más convenientes para la comercialización del producto. Pese a ser una Misión Exploratoria, nueve empresas obtuvieron resultados posibles concretos de negocio.

### **Mirando el futuro inmediato**

Dado el gran flujo de buques que en tiempos actuales es insuficiente para la inmensa demanda comercial mundial se han proyectado planes inmediatos de modernización y actualización del Canal de Panamá en espera que en un par de años se concluyan dos importantes pretensiones. Por un lado, el proyecto de Transporte Internacional de Mercancía (TIM) que pretende agilizar y automatizar las gestiones aduanales a fin de que toda la información quede en un servidor central que se encargue de distribuirla en cada una de las aduanas correspondientes por donde transite la mercancía, favoreciendo la reducción de tiempos de despacho.

El segundo proyecto es el anunciado por la Junta Directiva de la Autoridad del Canal de Panamá, quien ha indicado que la ampliación del Canal y el nuevo juego de esclusas en construcción puesta en marcha desde 2007, permitirá el paso de barcos con capacidad de hasta 12,000 contenedores, duplicando con ello la actual capacidad del Canal para el año 2014, favoreciendo el paso de buques más anchos y de mayor calado conocidos como Post-Panamax.

No obstante el pronóstico de este positivo escenario, un inconveniente aún no ha podido ser resuelto: los países latinoamericanos no han sabido todavía aprovechar las ventajas de este hub para potenciar sus exportaciones y mejorar tiempos y costos logísticos, situación que sí han aprovechado los países asiáticos para introducir grandes cantidades de mercancías que han ganado mercado de manera impresionante en los países latinoamericanos.

La versatilidad de los productos asiáticos y sus bajos costos de producción han afectado grandes sectores nacionales de diversos países- que se muestran incapaces de hacer frente a la oleada

asiática que bien ha sabido aprovechar las ventajas ofrecidas por los hubs logísticos internacionales, como el caso del Canal de Panamá y por supuesto de la ZLC. De no revertirse este fenómeno, una llamada de atención debe surgir entre nuestros países para tomar medidas y políticas que impulsen las industrias exportadoras iberoamericanas a fin de crear mercados regionales sólidos que aprovechen las ventajas de la cercanía logística de sus territorios y la afinidad de culturas para enfrentar este problema.