

MEMORIAS

GRUPO FOCAL

GESTIÓN DE ZONAS FRANCAS PARA LA CIUDAD DE MEDELLÍN Y EL DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA

Convocan:



Este grupo focal fue un espacio convocado por la **ACI Medellín, Proantioquia y la Gobernación de Antioquia** como parte del trabajo conjunto alrededor de una estrategia público-privada para la atracción de inversión y la instalación de zonas francas en la región, el cual se realizó el día 30 de octubre de manera virtual y tuvo una duración de 2 horas y media.

El objetivo de este espacio fue conocer a profundidad y desde la visión de los principales actores del régimen franco en la región, las barreras, necesidades y retos alrededor de la instalación de zonas francas (especiales y permanentes), las estrategias para enfrentar dichas barreras y otros temas clave que impulsen la instalación y fortalecimiento de zonas francas en el territorio.

El contenido en estas memorias se construyó a partir de lo que mencionaron todas las organizaciones e instituciones invitadas.

Convocan:



INVITACIÓN

GRUPO FOCAL PROYECTO APOYO A LA PRESENCIA DE ZONAS FRANCAS EN EL TERRITORIO

Fecha: viernes 30 de octubre de 2020

Hora: 8:00 a.m. a 10:30 a.m.

Lugar: Vía Microsoft Teams

(el enlace se enviará por correo electrónico junto con la agenda).

Convocan:



PARTICIPANTES

- Alcaldía de Medellín- Secretaría de Desarrollo económico
- Zona franca de Rionegro
- Zona franca de Urabá
- Zona franca Valle de Aburrá
- Zona Franca de Bogotá
- PROCOLOMBIA
- Araújo Ibarra
- Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
- Proantioquia: moderación
- ACI Medellín: anfitrión
- Gobernación de Antioquia: anfitrión

01

BLOQUE

DIAGNÓSTICO - BARRERAS

Convocan:



A partir de la interacción de los asistentes se estableció un diagnóstico de la situación actual del régimen franco teniendo en cuenta diferentes factores como el jurídico, económico, comercial, técnico, entre otros, arrojando una serie de barreras que su vez se convierten en unas líneas de trabajo que permitirán el fortalecimiento de esta figura en el territorio y en el país:

1. CLIMA DE INVERSIÓN

En lo relacionado con clima de inversión los participantes conversaron sobre 3 puntos primordiales: la inestabilidad jurídica, la articulación con el sector privado y la competencia por el inversor.

INESTABILIDAD JURÍDICA

Los requisitos establecidos en la normativa actual del régimen franco son altamente complejos, lo cual se constituye en una barrera al inversionista, ya que se enfrenta a una alta incertidumbre asociada a la reglamentación.

Si miramos por ejemplo que los procesos de declaratoria y renovación pueden estar entre 6 meses y 1 año, nos damos cuenta de que el inversionista se enfrenta a una situación muy compleja de inestabilidad. Lo mismo sucede con los altos montos de inversión y de empleos que se requieren, particularmente para las zonas francas especiales, en las que para la renovación se exige un monto de inversión igual al inicialmente realizado en el proyecto de declaratoria.

La exigencia de un único usuario en el caso de las zonas francas especiales es una especie de limitante para aquellos proyectos en los que interactúan diferentes empresas, desarrollando encadenamientos productivos. Sin duda, para lograr estos encadenamientos se necesita la asociación de las empresas, pero el hecho de que se requiera necesariamente un usuario único

supone un trámite complejo.

En cuanto a la normativa tributaria, que es reformada cada dos o tres años, limita la posibilidad de brindar condiciones de largo aliento a los inversionistas y, como decíamos más arriba, los expone a la incertidumbre. A esto se suma la necesidad de generar acuerdos o contratos de estabilidad jurídica, más allá de aquellos que ofrecen los proyectos de mega inversiones y los acuerdos internacionales que tiene suscritos el país en este sentido.

Por último, se mencionó el factor político asociado a los cambios de gobierno local y nacional, pues en muchos casos la voluntad de la administración puede afectar las regulaciones existentes o evidenciar poca disposición para generar incentivos que faciliten el desarrollo del instrumento de zonas francas en lo local y lo nacional.

ARTICULACIÓN CON EL SECTOR PRIVADO

Esta articulación público-privada es vital para mejorar las condiciones conexas que inciden en las decisiones de inversión, tanto en lo referente a incentivos, como en lo referente a las condiciones de la región.

Hasta el momento no ha habido suficiente involucramiento del sector privado en la creación de la narrativa con la cual se atrae al inversionista. Hacen falta las percepciones e insights alrededor de las potencialidades de cada región desde la perspectiva privada.

En relación con el mejoramiento de la infraestructura, esta articulación es también fundamental puesto que permitiría definir las necesidades de inversión en vías, puertos, etc. de manera conjunta. Se mencionó por ejemplo que todavía no se cuenta con una conexión óptima en la vía Medellín- Bogotá entre los municipios de Santuario y Puerto Triunfo en Antioquia, dificultando el acceso de la región a la Ruta del Sol que conecte de manera óptima el centro del

país con las ciudades portuarias de la costa Atlántica.

COMPETENCIA POR EL INVERSOR

Hace falta atender de manera estratégica el contexto de la “competencia por el inversor”. Esto es estudiar a profundidad, por ejemplo, las oportunidades que ofrece la expansión de China en el mundo y el proceso de relocalización de las empresas (nearshoring) para la región. Esta es una oportunidad de inversión que “todo el mundo se está peleando”, dado que es una de las principales apuestas de las grandes empresas.

Aún existe debilidad en el acceso a mercados internacionales, que es un factor fundamental para competir por esos inversionistas. Lograremos que vengan a la región (y al país) en la medida en que podamos ofrecer un acceso realmente estratégico a los mercados globales.

2. “NO NOS VEN, NO NOS SABEMOS VENDER”

La frase “No nos ven, no nos sabemos vender” fue recurrente, incluso se mencionó que varios actores relevantes de carácter internacional muchas veces no ubican a Colombia, a Antioquia o a Medellín en el mapa.

No existe una suficiente participación del país en escenarios internacionales donde se pueda mostrar a Colombia y sus potencialidades regionales para el establecimiento de las zonas francas. Lo mismo sucede con las regiones que no solamente necesitan fortalecer su discurso de venta (por qué llegar a esa región) sino también tener una relación fluida y sistemática con las agremiaciones y asociaciones del régimen franco.

Todavía no tenemos adecuadamente identificados a nuestros competidores, nuestras ventajas competitivas y, como se dijo más arriba, no se ha liderado una estrategia clara para “ganarnos” a los inversionistas”.

Para terminar, no podremos vender exitosamente la región si no tenemos un contexto habilitante lo suficientemente robusto: talento humano calificado, infraestructura (como se mencionaba más arriba), estabilidad jurídica, calidad de vida (clima), movilidad eficiente, entretenimiento, entre otras características.

02

BLOQUE

ESTRATEGIAS- EL CÓMO

Convocan:



1. MEJORAMIENTO DE CLIMA DE INVERSIÓN

EN LO JURÍDICO

Deberá agilizarse por parte del Gobierno Nacional en una nueva reglamentación del régimen franco, en particular para las zonas francas de carácter especial, y adaptada a los nuevos modelos de comercio como lo es el electrónico, donde se aceleren los procesos de declaratoria y renovación, además de flexibilizar los requisitos. Así mismo, revisar urgentemente los requisitos de inversión y reinversión para las zonas francas especiales en particular.

Se sabe del proyecto de decreto que se viene trabajando por parte del Ministerio de Comercio con los sectores y entidades que tienen influencia en el régimen franco. Será fundamental compartir este documento preliminar para poder realizar las observaciones que se consideren pertinentes.

En la misma línea, el nuevo modelo del régimen franco deberá enfocarse en la especialización de las zonas francas de servicios en materia de innovación y transformación digital, que apunten a la competitividad de este modelo en relación con las nuevas tendencias globales.

ESTRATEGIA PÚBLICO-PRIVADA

A partir de una articulación entre el sector público y privado, debe hacerse la identificación de incentivos de carácter no solo nacional sino regional. Esto servirá de insumo para conocer qué oportunidades tenemos como país y qué podríamos implementar en materia normativa para hacer más competitivo el territorio.

De mismo modo, el sector privado es fundamental para fortalecer la narrativa que genere confianza en el inversor, alrededor de las

bondades y potencialidades de la región. Esta narrativa permitirá balancear algunas barreras relacionadas, por ejemplo, con temas de seguridad e infraestructura.

En cuanto a las necesidades de formación del talento, se debe lograr engranar la oferta educativa e instituciones con las necesidades de talento de las empresas interesadas en invertir. Si el inversionista no cuenta con la mano de obra calificada que necesita, se instalará en el lugar que sí se la ofrezca.

2. PROMOCIÓN Y ATRACCIÓN DE INVERSIÓN

SOBRE LA ACTIVIDAD GREMIAL

Los actores del régimen franco, tanto públicos como privados, deben sumarse a la actividad gremial nacional e internacional de las zonas francas, que ofrece acceso al escenario global. Esta relación cercana permitirá, incluso, poder conocer de primero mano las expectativas y necesidades de los inversionistas. Por ello será clave tomar contacto proactivo y mantener una relación fortalecida con AZFA, por ejemplo.

SOBRE LA NARRATIVA Y LA “RUTA DEL INVERSOR”

Esta narrativa debe partir del conocimiento de para qué somos buenos y qué podemos ofrecer. Deben identificarse las ventajas competitivas, cuáles son las necesidades de los inversionistas y los criterios que estos tienen para invertir en el país y la región, de modo que se pueda hacer una estrategia puntal de atracción. Deben inventariarse las ventajas competitivas para examinar “a quién le sirve” lo que ofrecemos como país y como región.

Medellín y Antioquia tienen buena formación de

talento, una infraestructura interesante que continúa mejorando, excelente clima, un fuerte ecosistema de innovación, un territorio rico en recursos, entre otras condiciones que son de interés para el inversionista.

Lo anterior apunta directamente a la promoción del país y la región dentro de la estrategia de “nearshoring”, que es una oportunidad latente de atracción de inversión, y para la cual el modelo de zonas francas es fundamental. Dentro de las propuestas de valor que se construyan para esta estrategia de atracción de inversión deberán tenerse en cuenta los grandes beneficios con los que cuenta el país en materia de tratados de libre comercio, como el de Estados Unidos, donde existen 27 partidas arancelarias que pueden aprovecharse para la exportación. En suma, “hay que hacer presencia en el juego global de los inversionistas”.

Por otra parte, dentro de esa estrategia de venta del territorio y narrativa inversionista debe tenerse en cuenta que las zonas francas son por definición espacios de comercio exterior. Con las zonas francas entonces estamos “importando exportadores”, en otras palabras, estamos logrando atraer (“importar”) inversores que luego se convertirán en exportaciones.

Será clave entonces atraer empresas de servicios y aquellas anclas que generen el desarrollo de encadenamientos productivos o clúster. Al mismo tiempo fortalecer sectores como el de las ciencias de la vida en donde entra todo aquello relacionado con la industria del cannabis medicinal, así como aprovechar los incentivos que se ofrecen para el sector creativo (economía naranja).

SOBRE EL ACCESO A MERCADOS

Para fortalecer el acceso a mercados internacionales es necesario ampliar la base exportadora y trabajar fuertemente en mejorar la capacidad comercial y de marketing, la capacidad operativa y logística (Infraestructura) y la estructura de costos. De la exitosa articulación con las cámaras de comercio regionales depende en gran medida que este acceso a mercados mejore, de modo que el inversionista tenga una certeza de que puede cumplir con su expectativa de exportar.

Debemos trabajar en ser un país y una región con mayor mentalidad exportadora.

Como idea final de estas memorias les compartimos un planteamiento alrededor de la “competencia” entre regiones, en oposición a la “complementariedad”. Se planteó que la competencia entre regiones para atraer la inversión podría estar dejando de lado el planteamiento de que tal vez las regiones no deberían competir, sino especializarse en algunos sectores de modo que entre regiones exista esa complementariedad.